

Perancangan Logo Festival Dugderan dengan Ikon Warak Ngendog sebagai Penguatan Citra Budaya Kota Semarang

Nazwa Putri Adilla^{1*}, Nadia Sigi Prameswari²

¹⁻²Program Studi Seni Rupa, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: nazwap514@gmail.com¹, nadiasigi@mail.unnes.ac.id²

*Penulis Korespondensi: nazwap514@gmail.com

Abstract. *This study aims to design a logo for the Dugderan Festival using the Warak Ngendog icon through a visual semiotic approach to strengthen the cultural image of Semarang City. The research employs a qualitative method with a design communication visual approach. Data were collected through observation, literature study, documentation, and questionnaire. The design process includes problem identification, data collection, brainstorming, moodboard compilation, visual exploration, sketch development, digitalization, and logo selection through a questionnaire. The results indicate that the Dugderan Festival has not yet utilized a consistent visual identity system, despite having strong cultural values represented by Warak Ngendog. The designed logo applies stylization principles to the Warak Ngendog icon combined with bedug and crescent moon elements, producing a simple, recognizable, memorable, and flexible identity. The logo was selected by 60% of respondents as the best alternative. This study contributes to the theoretical development of cultural-based logo design through semiotic visualization of local icons and provides practical recommendations for the Semarang City Government in building a sustainable festival cultural identity.*

Keywords: *Cultural Festival; Logo Design; Semiotics; Stylization; Visual Identity.*

Abstrak. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk merancang logo Festival Dugderan dengan ikon Warak Ngendog melalui pendekatan semiotika visual untuk memperkuat citra budaya Kota Semarang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan perancangan desain komunikasi visual. Data dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Proses perancangan meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, brainstorming, penyusunan *moodboard*, eksplorasi visual, pengembangan sketsa, digitalisasi, dan pemilihan logo melalui kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa Festival Dugderan belum memanfaatkan sistem identitas visual yang konsisten, meskipun memiliki nilai budaya kuat yang direpresentasikan oleh Warak Ngendog. Logo yang dirancang menerapkan prinsip stilasi terhadap ikon Warak Ngendog yang dipadukan dengan elemen bedug dan bulan sabit, menghasilkan identitas yang sederhana, mudah dikenali, mudah diingat, serta fleksibel. Logo terpilih oleh 60% responden sebagai alternatif terbaik. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori perancangan logo berbasis budaya melalui visualisasi semiotik ikon lokal dan memberikan rekomendasi praktis bagi Pemerintah Kota Semarang dalam membangun identitas budaya festival yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Desain Logo; Festival Budaya; Identitas Visual; Semiotika; Stilasi.

1. LATAR BELAKANG

Festival budaya merupakan salah satu bentuk ekspresi kultural yang memiliki peran strategis dalam melestarikan nilai-nilai tradisi, sejarah, dan identitas suatu daerah (Jaenab et al., 2025). Dalam perspektif semiotika, festival berfungsi sebagai sistem tanda yang membentuk, memperkuat, dan memperoleh pengakuan terhadap identitas budaya lokal melalui berbagai unsur simbolik yang ditampilkan kepada masyarakat (Falassi, 1987; Liu & Nesterenko, 2025). Penyelenggaraan festival tidak hanya menjadi bentuk pelestarian budaya, tetapi juga merupakan strategi dalam memperkuat identitas daerah di tengah arus globalisasi dan kompetisi antar kota (Riza, 2015; Lim, 2016)

Kota Semarang memiliki salah satu festival budaya yang telah dilestarikan secara turun-temurun sejak tahun 1881, yaitu Festival Dugderan. Tradisi ini berawal dari prakarsa Bupati

Semarang, Raden Mas Tumenggung Aryo Purbaningrat, sebagai sarana pengumuman penetapan awal bulan Ramadan kepada masyarakat. Etimologi nama *Dugderan* berasal dari bunyi "dug" yang dihasilkan tabuhan bedug dan bunyi "der" dari letusan meriam sebagai penanda dimulainya bulan suci Ramadan. Seiring perkembangannya, Dugderan telah bertransformasi dari tradisi keagamaan menjadi festival budaya yang menampilkan kirab budaya, pasar rakyat, pertunjukan seni tradisional, serta keterlibatan berbagai komunitas masyarakat (Cahyono, 2018; Felisha & Ribawati, 2025).

Salah satu unsur simbolik yang paling khas dalam Festival Dugderan adalah Warak Ngendog, yaitu makhluk mitologis yang telah lama menjadi ikon utama festival sekaligus simbol identitas budaya Kota Semarang (Cahyono, 2018; Felisha & Ribawati, 2025). Secara etimologis, istilah *warak* berasal dari bahasa Arab *wara'* yang bermakna menjauhi larangan atau menjaga kesucian diri, sedangkan *ngendog* berarti bertelur yang dimaknai sebagai simbol pahala, harapan, dan keberkahan setelah menjalankan ibadah puasa (Cahyono, 2018). Secara visual, Warak Ngendog merepresentasikan akulturasi budaya Jawa, Arab, dan Tionghoa yang tercermin melalui bentuk kepala menyerupai naga (Tionghoa), tubuh yang terinspirasi dari *buraq* atau unta (Arab), serta kaki menyerupai kambing (Jawa) (Fikri et al., 2025; Rasyidu & Maulina, 2023). Perpaduan ketiga unsur budaya tersebut mencerminkan nilai toleransi, persatuan, dan keharmonisan masyarakat multikultural Kota Semarang (Cahyono, 2018; Syafaat et al., 2026).

Dalam konteks perancangan visual, identitas merupakan elemen fundamental yang berfungsi membangun karakter, citra, dan pengenalan suatu organisasi, produk, maupun kegiatan kepada masyarakat (Wheeler, 2018). Identitas visual tidak hanya berperan sebagai pembeda dengan entitas lain, tetapi juga menjadi media komunikasi yang mampu menyampaikan nilai, visi, dan karakter melalui elemen-elemen visual yang konsisten (Landa, 2014; Rustan, 2013). Logo sebagai salah satu elemen utama dalam identitas visual, merupakan simbol grafis yang dirancang untuk merepresentasikan identitas serta memudahkan masyarakat dalam mengenali dan mengingat suatu entitas (Rustan, 2013). Dalam konteks festival budaya, logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga menjadi representasi dari nilai budaya, karakter, dan keunikan festival yang mampu membangun citra serta memperkuat identitasnya di tengah masyarakat (Landa, 2014; Wheeler, 2018).

Urgensi pengembangan identitas visual festival budaya menjadi semakin penting di era digital saat ini. Festival-festival budaya di berbagai kota di Indonesia dan dunia internasional telah mulai mengadopsi sistem identitas visual yang konsisten sebagai strategi *branding* daerah. Liu & Nesterenko (2025) menegaskan bahwa kota-kota dengan warisan budaya kuat

perlu memiliki identitas visual yang mampu mengkomunikasikan nilai-nilai kultural secara efektif dalam persaingan global. Tanpa identitas visual yang konsisten, potensi kultural sebuah festival tidak dapat dikomunikasikan secara maksimal kepada audiens yang lebih luas, terutama melalui media digital dan platform pariwisata.

Festival Dugderan telah berkembang menjadi salah satu festival budaya yang memiliki nilai historis dan budaya yang kuat serta dikenal luas sebagai bagian dari identitas Kota Semarang (Felisha & Ribawati, 2025; Ramadhan et al., 2025). Keberadaan Warak Ngendog sebagai ikon utama juga semakin memperkuat karakter budaya yang melekat pada festival tersebut. Namun, berdasarkan hasil observasi penulis terhadap penyelenggaraan Festival Dugderan serta berbagai media publikasi, seperti poster, media sosial, dan dokumentasi kegiatan, belum ditemukan penggunaan identitas visual berupa logo yang digunakan secara konsisten sebagai representasi resmi Festival Dugderan. Identitas visual yang digunakan cenderung berubah mengikuti tema atau konsep penyelenggaraan setiap tahunnya sehingga belum membentuk sistem identitas visual yang berkelanjutan dan mudah dikenali oleh masyarakat.

Ketiadaan logo yang konsisten berpotensi mengurangi kekuatan identitas visual festival sebagai media komunikasi budaya sekaligus sebagai sarana penguatan citra budaya Kota Semarang di tengah perkembangan media digital dan promosi pariwisata budaya (Karaalioglu, 2025; Mazlum, 2024). Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai budaya Festival Dugderan secara konsisten melalui sebuah logo. Warak Ngendog dipilih sebagai elemen utama dalam perancangan karena merupakan ikon yang memiliki keterkaitan historis, filosofis, dan kultural dengan Festival Dugderan serta telah dikenal sebagai simbol budaya Kota Semarang (Cahyono, 2018; Felisha & Ribawati, 2025).

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu tentang desain logo berbasis budaya lokal, penelitian ini menawarkan pendekatan yang berbeda. Sembada & Wulandari (2024) merancang sign sebagai identitas visual *Dieng Culture Festival* dengan pendekatan ekspresionisme tipografi, sedangkan Rinaldi dan Satyadharma (2025) meneliti identitas visual Bandung *Shocking Sale Festival* dari perspektif strategi pemasaran. Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan semiotika visual secara sistematis dalam merancang logo festival budaya berbasis ikon mitologis lokal. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan semiotika visual dalam merancang logo festival budaya berbasis ikon lokal. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada aspek deskriptif dan dokumentatif terhadap Warak Ngendog (Cahyono, 2018; Rasyidu & Maulina,

2023), penelitian ini mengkonstruksi ulang ikon tersebut melalui proses stilasi menjadi bentuk logo yang memenuhi prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa rancangan logo yang dapat diimplementasikan sebagai identitas visual resmi Festival Dugderan, yang selama ini belum pernah dilakukan secara sistematis. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan merancang logo Festival Dugderan dengan ikon Warak Ngendog sebagai penguatan citra budaya Kota Semarang.

2. KAJIAN TEORITIS

Perancangan Logo dan Semiotika Visual

Logo merupakan identitas visual yang berfungsi sebagai representasi suatu entitas sekaligus media komunikasi untuk menyampaikan karakter, nilai, dan tujuan yang ingin dibangun (Landa, 2014; Rustan, 2013). Oleh karena itu, proses perancangan logo tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga pada kemampuan logo dalam merepresentasikan makna dan identitas secara efektif. Dalam konteks perancangan logo berbasis budaya, penyederhanaan bentuk menjadi salah satu tahapan penting agar logo tetap komunikatif tanpa menghilangkan karakter esensial objek yang diwakilinya.

Proses stilasi dalam perancangan logo merupakan teknik penyederhanaan bentuk yang kompleks menjadi representasi visual yang lebih sederhana namun tetap mempertahankan karakteristik esensial objek (Landa, 2014; Rustan, 2013). Prinsip stilasi ini sejalan dengan tren kontemporer dalam desain logo yang mengarah pada simplifikasi bentuk untuk meningkatkan fleksibilitas dan keterbacaan di berbagai media (Benavente, 2024). Namun, simplifikasi yang berlebihan berpotensi mengaburkan makna kultural yang melekat pada ikon asli, sehingga diperlukan keseimbangan antara estetika modern dan keotentikan makna budaya (Benavente, 2024; Liu & Nesterenko, 2025).

Semiotika visual yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori tanda Charles Sanders Peirce. Semiotika visual merupakan studi tentang bagaimana makna dibangun dan dikomunikasikan melalui elemen-elemen visual dalam suatu tanda (*sign*) (Mengoni, 2021; Noth, 1990). Dalam konteks perancangan logo, semiotika visual berfungsi sebagai alat analisis untuk memahami bagaimana bentuk, warna, dan komposisi visual dapat merepresentasikan nilai-nilai kultural dan identitas suatu entitas (Benavente, 2024; Oswald, 2012).

Teori semiotika Peirce membagi tanda menjadi tiga kategori: ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*) (Noth, 1990). Ikon memiliki kemiripan fisik dengan objek yang direpresentasikan, indeks memiliki hubungan kausal atau temporal dengan objek, sedangkan

simbol memiliki hubungan konvensional yang harus dipelajari (Noth, 1990; Zhao et al., 2025). Dalam perancangan logo berbasis budaya, Warak Ngendog berfungsi sebagai ikon yang memiliki kemiripan visual dengan makhluk mitologis yang direpresentasikan, sekaligus sebagai simbol yang mengandung makna konvensional tentang akulturasi budaya dan toleransi di Kota Semarang (Fikri et al., 2025; Syafaat et al., 2026).

Selain teori Peirce, penelitian ini juga mengacu pada konsep semiotika visual Roland Barthes tentang sistem makna berlapis (*orders of signification*). Barthes (dalam Nöth, 1990) membedakan tiga tingkatan makna: (1) denotasi, makna literal atau deskriptif dari tanda visual; (2) konotasi, makna kultural, emosional, dan ideologis yang melekat pada tanda; serta (3) mitos, makna yang telah menjadi bagian dari sistem kepercayaan kolektif masyarakat. Dalam logo Festival Dugderan, denotasi terwujud dalam bentuk visual Warak Ngendog, bedug, dan bulan sabit; konotasi muncul dari makna akulturasi budaya Jawa-Arab-Tionghoa; dan mitos tercermin dalam nilai toleransi dan keharmonisan multikultural yang telah menjadi identitas Kota Semarang.

Identitas Visual dan City Branding

Identitas visual merupakan sistem elemen visual yang dirancang untuk menciptakan pengenalan dan diferensiasi suatu entitas di benak masyarakat (Wheeler, 2018). Dalam konteks *city branding*, identitas visual berfungsi sebagai sarana komunikasi yang membangun citra kota dan memperkuat posisinya dalam persaingan global (Lim, 2016; Riza, 2015). Festival budaya, sebagai salah satu aset *city branding*, memerlukan identitas visual yang konsisten untuk memperkuat karakter dan nilai budaya yang dimilikinya (Karaalioglu, 2025; Mazlum, 2024).

Penelitian Liu & Nesterenko (2025) menunjukkan bahwa integrasi warisan budaya ke dalam desain identitas visual kota dapat dilakukan melalui tiga tipologi: (1) logo dan slogan yang merefleksikan visi kota; (2) palet warna yang berakar pada produk kultural dan arsitektur; serta (3) grafis tambahan yang diekstraksi dari tradisi lokal. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perancangan logo festival budaya harus mempertimbangkan tidak hanya aspek estetika, tetapi juga keterkaitan dengan nilai-nilai kultural yang mendalam.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan berbagai pendekatan dalam perancangan identitas visual festival budaya. Sembada & Wulandari (2024) merancang *sign* sebagai identitas visual *Dieng Culture Festival* 2024 dengan pendekatan ekspresionisme, menunjukkan bahwa elemen tipografi dapat menjadi media ekspresi nilai budaya lokal. Rinaldi & Satyadharma (2025) meneliti peran identitas visual dalam meningkatkan citra dan daya tarik *Bandung Shocking Sale Festival*, menemukan bahwa desain visual yang tepat mampu memperkuat posisi dan identitas kegiatan di kota tersebut.

Di sisi lain, penelitian tentang Warak Ngendog lebih berfokus pada aspek historis, filosofis, dan makna simbolik (Cahyono, 2018; Fikri et al., 2025; Rasyidu & Maulina, 2023; Syafaat et al., 2026). Fikri et al. (2025) mengkaji Warak Ngendog sebagai representasi identitas Muslim urban di Kota Semarang, menunjukkan bahwa ikon tersebut memiliki makna yang berlapis dalam konteks keagamaan dan sosial. Syafaat et al., (2026) menambahkan bahwa Warak Ngendog dalam tradisi Dugderan merepresentasikan akulturasi budaya yang menjadi ciri khas masyarakat Semarang.

Namun, penelitian-penelitian tersebut belum mengkaji secara spesifik bagaimana ikon Warak Ngendog dapat dikonstruksi ulang melalui proses stilasi menjadi bentuk logo yang memenuhi prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Ketiadaan rancangan logo yang sistematis untuk Festival Dugderan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kultural yang dimiliki dan representasi visual yang belum optimal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan perancangan desain komunikasi visual. Metode kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman makna, nilai budaya, serta karakter visual Festival Dugderan sebagai dasar dalam proses perancangan logo (Creswell, 2017). Objek penelitian adalah Festival Dugderan Kota Semarang dengan Warak Ngendog sebagai ikon utama yang diangkat sebagai identitas visual.

Data penelitian diperoleh melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati pelaksanaan Festival Dugderan, penggunaan media promosi, serta berbagai elemen visual yang berkaitan dengan festival. Studi pustaka dilakukan melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen yang membahas Festival Dugderan, Warak Ngendog, identitas visual, dan perancangan logo. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto, poster, logo, maupun arsip visual yang berkaitan dengan objek penelitian.

Kuesioner dilakukan penyebaran kepada 40 responden yang memiliki keterkaitan dengan Festival Dugderan. Karakteristik responden terdiri atas: (1) masyarakat Kota Semarang yang pernah menghadiri Festival Dugderan (50%); (2) panitia penyelenggara Festival Dugderan (20%); dan (3) praktisi atau akademisi di bidang desain komunikasi visual (30%). Pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait Festival Dugderan dan mampu memberikan penilaian terhadap aspek visual desain logo. Kuesioner dirancang dengan skala Likert 1-5 untuk

mengukur preferensi responden terhadap tiga alternatif logo berdasarkan aspek keterbacaan, kesederhanaan, keterkaitan dengan identitas festival, dan daya ingat.

Proses perancangan logo dilakukan melalui beberapa tahapan: identifikasi masalah, pengumpulan data, brainstorming, penyusunan *moodboard*, pengembangan konsep visual, pembuatan sketsa alternatif, digitalisasi desain, pemilihan alternatif terbaik, penyempurnaan desain, hingga implementasi logo pada berbagai media pendukung. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan mengidentifikasi informasi yang relevan, menginterpretasikan nilai-nilai budaya Festival Dugderan dan filosofi Warak Ngendog, kemudian menerjemahkannya ke dalam konsep visual sebagai dasar pengembangan alternatif logo.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Visual Festival Dugderan

Hasil observasi terhadap media publikasi Festival Dugderan tahun 2022-2026 yang diterbitkan oleh Pemerintah Kota Semarang menunjukkan adanya inkonsistensi dalam penggunaan identitas visual. Berdasarkan analisis yang dilakukan, hanya pada tahun 2022 ditemukan penggunaan logo, namun penggunaannya tidak berlanjut pada tahun-tahun berikutnya. Tipografi, warna dominan, dan gaya visual selalu berubah setiap tahun, menunjukkan bahwa Festival Dugderan belum memiliki sistem identitas visual yang berkelanjutan.



Gambar 1. Media Publikasi Festival Dugderan Tahun 2022-2026.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Tabel 1. Analisis Hasil Observasi Media Publikasi Festival Dugderan Tahun 2022-2026.

Aspek Visual	2022	2023	2024	2025	2026	Temuan
Logo	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Logo tidak digunakan secara konsisten
Tipografi	A	B	C	D	E	Selalu berubah
Warna Dominan	Oranye	Merah	Putih	Merah	Merah Hijau	Tidak memiliki warna identitas
Gaya Visual	Ilustrasi	Foto	Foto	Foto	Kolase	Tidak konsisten
Warak Ngendog	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Elemen visual yang selalu dipertahankan

Di sisi lain, Warak Ngendog secara konsisten hadir sebagai elemen visual utama dalam setiap media publikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa karakter budaya Festival Dugderan sebenarnya telah terbentuk dengan baik melalui keberadaan Warak Ngendog, namun belum didukung oleh sistem identitas visual yang konsisten sebagai representasi resmi festival. Kondisi ini sejalan dengan temuan Liu & Nesterenko (2025) yang menyatakan bahwa banyak kota dengan warisan budaya kuat justru belum memiliki identitas visual yang mampu mengkomunikasikan nilai-nilai kultural secara efektif.



Gambar 2. Analisis Karakteristik visual Warak Ngendog sebagai Dasar Eksplorasi Bentuk Logo.

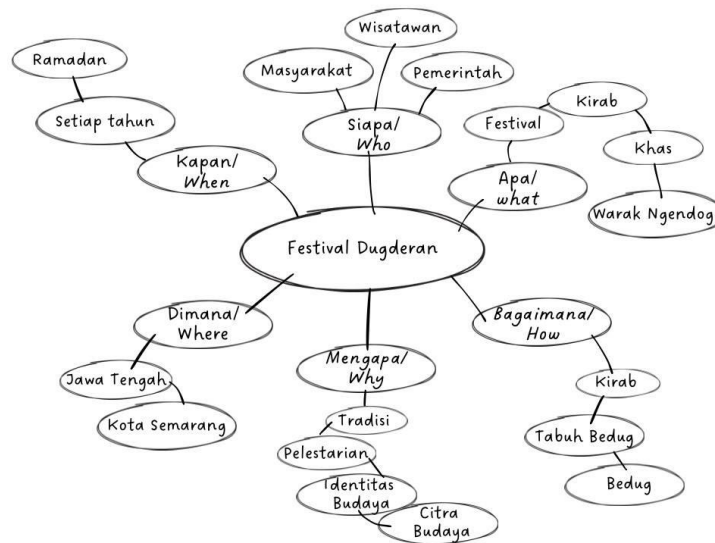
Sumber: amanat.id.

Tabel 2. Analisis Aset Visual dalam Perancangan Logo Festival Dugderan.

Aset Visual	Karakter Bentuk	Potensi dalam Perancangan Logo
Kepala	Siluet paling mudah dikenali	Dipertahankan sebagai elemen utama logo
Tanduk	Melengkung ke atas	Memberikan karakter dinamis dan memperkuat siluet
Badan	Fleksibel dan mengalir	Dapat disederhanakan menjadi garis lengkung yang menyatu.
Kaki	Ramping dan proporsional	Tidak dijadikan elemen utama agar logo tetap sederhana
Ekor	Melengkung ke atas	Memberikan kesan gerak dan keseimbangan komposisi

Brainstorming Konsep dan Moodboard

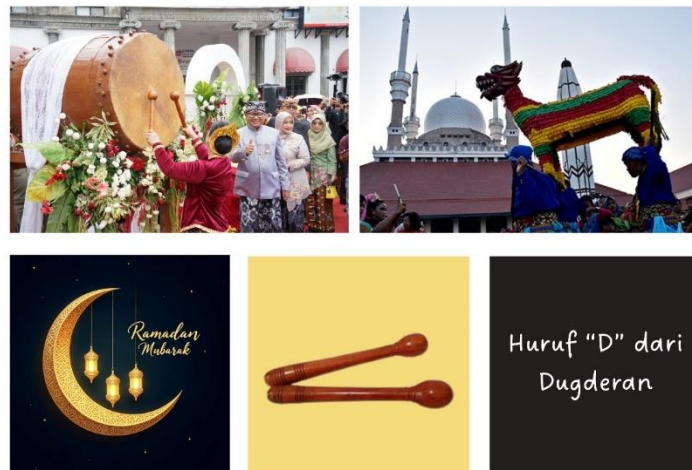
Tahap brainstorming dilakukan menggunakan metode 5W+1H untuk memperoleh pemahaman yang terarah mengenai karakter, identitas, serta nilai-nilai yang melekat pada Festival Dugderan. Hasil identifikasi menghasilkan beberapa *keyword*: Dugderan, Warak Ngendog, Bedug, Ramadan, Tradisi, dan Citra Budaya. *Keyword* tersebut dipilih karena mencerminkan identitas festival, nilai budaya, serta unsur visual yang paling dominan.



Gambar 3. Brainstorming Konsep Menggunakan Metode 5W+1H.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Moodboard disusun sebagai acuan visual dalam proses perancangan logo. Referensi yang digunakan meliputi Warak Ngendog, bedug, alat pemukul bedug, suasana Festival Dugderan, serta nuansa Ramadan yang direpresentasikan melalui bentuk bulan sabit. Huruf "D" juga digunakan sebagai referensi visual pendukung dalam proses eksplorasi bentuk logo. *Moodboard* ini menjadi pedoman dalam mengembangkan berbagai alternatif sketsa dengan pendekatan visual geometris, abstraksi, minimalis, dan *negative space*.



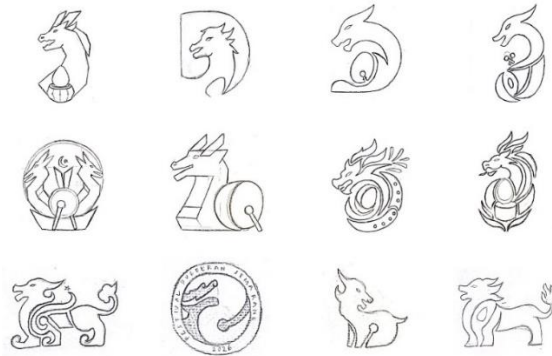
Gambar 4. Moodboard Perancangan Logo Festival Dugderan.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Eksplorasi Sketsa dan Digitalisasi

Berdasarkan arah visual dari *moodboard*, dilakukan eksplorasi sketsa logo sebanyak 12 alternatif. Setiap sketsa dikembangkan dengan komposisi dan penyederhanaan bentuk yang berbeda. Proses seleksi menghasilkan tiga sketsa terpilih yang mewakili pendekatan visual

berbeda: (1) pendekatan *negative space* dengan penyederhanaan bentuk minimalis; (2) pendekatan abstraksi melalui stilasi yang mempertahankan karakter Warak Ngendog; dan (3) pendekatan geometris berbasis komposisi lingkaran.



Gambar 5. Eksplorasi 12 Sketsa Logo Festival Dugderan

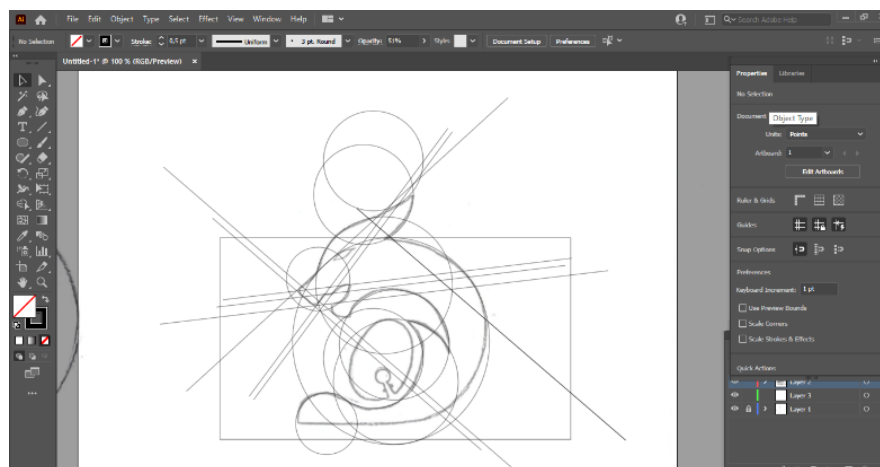
Sumber: Dokumentasi Peneliti.



Gambar 6. Tiga Sketsa Logo Terpilih.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Tahap digitalisasi dilakukan menggunakan Adobe Illustrator. Ketiga sketsa terpilih ditelusuri kembali (*tracing*) menggunakan *Pen Tool* untuk membentuk objek vektor. Proses *line art* disusun berdasarkan konstruksi logo dengan memanfaatkan garis bantu dan bentuk-bentuk geometris sebagai acuan dalam menentukan proporsi, keseimbangan, serta keselarasan antar elemen.



Gambar 7. Proses *Line Art* Logo.

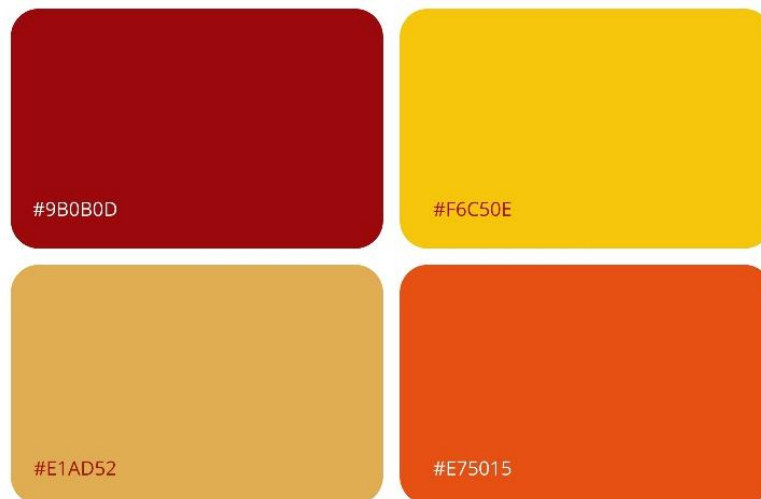
Sumber: Dokumentasi Peneliti.



Gambar 8. Hasil *Line Art*.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Palet warna yang digunakan terdiri atas merah, oranye, dan emas. Warna merah merepresentasikan semangat, kemeriahan, dan keberanian yang identik dengan suasana Festival Dugderan. Warna oranye melambangkan kehangatan, antusiasme, dan semangat masyarakat dalam menyambut Ramadan. Warna emas melambangkan kemuliaan, harapan, dan kemakmuran, sekaligus memberikan kesan elegan pada identitas visual.



Gambar 9. Palet warna logo Festival Dugderan.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Tipografi yang digunakan terdiri atas font Intro Rust sebagai *logotype* dan Roboto sebagai font pendukung. Intro Rust dipilih karena memiliki karakter yang kuat, tegas, dan unik. Roboto digunakan sebagai tipografi pendukung karena termasuk jenis huruf sans serif yang sederhana, modern, dan memiliki tingkat keterbacaan yang baik pada berbagai media.

Tipografi Primer

INTRO RUST

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

1234567890

Tipografi Sekunder

ROBOTO

Reguler **Bold**

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 10. Tipografi Logo Festival Dugderan.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.



Gambar 11. Final Digitalisasi Tiga Alternatif Logo Festival Dugderan.

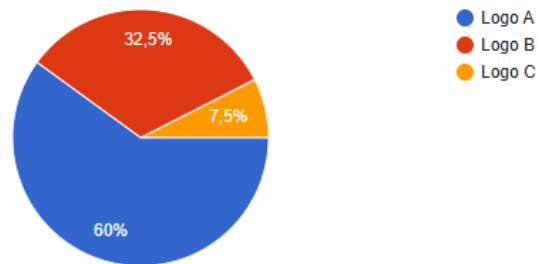
Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Pemilihan Logo Final

Pemilihan logo final dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* kepada 40 responden yang terdiri atas masyarakat Kota Semarang, pengunjung Festival Dugderan, panitia penyelenggara Festival Dugderan serta beberapa responden yang memiliki latar belakang di bidang desain. Kuesioner bertujuan memperoleh preferensi responden terhadap tiga alternatif desain logo berdasarkan aspek visual dan representasi identitas Festival Dugderan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa Logo A memperoleh preferensi tertinggi sebesar 60%, sehingga dipilih sebagai logo final. Secara umum, responden menilai Logo A memiliki bentuk yang lebih sederhana, mudah dikenali, serta mampu merepresentasikan identitas Festival Dugderan dengan lebih jelas dibandingkan dua alternatif lainnya. Logo B dinilai memiliki detail visual yang relatif lebih kompleks, sedangkan Logo C memiliki komposisi yang cenderung kaku.

Secara keseluruhan, alternatif logo manakah yang paling memenuhi kriteria sebagai identitas visual Festival Dugderan?

40 jawaban



Gambar 12. Diagram Hasil Survei Pemilihan Logo

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Stilasi sebagai Strategi Visualisasi Ikon Kultural

Perancangan logo Festival Dugderan menerapkan prinsip stilasi terhadap ikon Warak Ngendog. Proses stilasi bukan sekadar penyederhanaan bentuk, melainkan seleksi visual terhadap karakteristik esensial yang memungkinkan ikon tetap dikenali meskipun telah melalui proses abstraksi. Dalam konteks semiotika, stilasi ini mengubah Warak Ngendog dari representasi ikonik yang detail menjadi representasi simbolik yang lebih abstrak namun tetap mengandung makna kultural (Mengoni, 2021; Noth, 1990).

Pendekatan ini sejalan dengan tren kontemporer dalam desain logo yang mengarah pada simplifikasi bentuk untuk meningkatkan fleksibilitas aplikasi (Benavente, 2024). Namun, berbeda dengan tren "*blanding*" yang mengaburkan diferensiasi merek (Benavente, 2024), stilasi dalam logo Festival Dugderan tetap mempertahankan keotentikan makna budaya melalui pelestarian elemen-elemen kunci: kepala naga, tanduk, badan, dan ekor Warak Ngendog. Hal ini mengkonfirmasi bahwa simplifikasi visual tidak harus mengorbankan makna kultural, asalkan proses stilasi dilakukan dengan mempertimbangkan konteks semiotik ikon asli.

Semiotika Visual dalam Logo Festival Dugderan

Logo final yang dirancang menggabungkan beberapa elemen dengan makna semiotik yang saling berlapis. Logo final yang dirancang menggabungkan beberapa elemen dengan makna semiotik yang saling berlapis. Dari perspektif teori Peirce, setiap elemen visual dalam logo memiliki kategori tanda yang berbeda, sedangkan dari perspektif Barthes, setiap elemen membawa makna *denotatif* dan *konotatif* yang saling memperkuat.

Pertama, Warak Ngendog sebagai ikon utama merepresentasikan akulturasi budaya Jawa, Arab, dan Tionghoa. Dari perspektif Peirce, Warak Ngendog berfungsi sebagai ikon karena memiliki kemiripan visual dengan makhluk mitologis yang direpresentasikan. Bentuk

kepala yang disederhanakan tetap mempertahankan siluet naga sebagai penanda budaya Tionghoa, sementara proporsi tubuh dan kaki merefleksikan karakter buraq dan kambing. Dari perspektif Barthes, secara *denotatif* Warak Ngendog adalah makhluk mitologis dengan kepala naga, tubuh buraq, dan kaki kambing; secara *konotatif* ia merepresentasikan nilai toleransi, persatuan, dan keharmonisan antarbudaya di Kota Semarang; dan secara mitologis ia telah menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat Semarang yang diwariskan turun-temurun sejak 1881.

Kedua, bedug ditempatkan pada bagian tengah sebagai representasi asal-usul nama Dugderan. Dari perspektif Peirce, bedug berfungsi sebagai indeks karena memiliki hubungan temporal langsung dengan Festival Dugderan, bunyi "dug" dari bedug menjadi penanda dimulainya bulan Ramadan dan festival tersebut. Kehadiran pemukul bedug memperkuat makna tersebut sebagai simbol dimulainya tradisi Dugderan dalam menyambut Ramadan. Secara *denotatif*, bedug adalah alat musik tradisional berbentuk silinder besar; secara *konotatif*, ia melambangkan pengumuman, kebersamaan, dan kedatangan bulan suci.

Ketiga, bulan sabit terbentuk melalui ruang negatif (*negative space*) di sekitar bedug, melambangkan datangnya bulan Ramadan sebagai waktu penyelenggaraan Festival Dugderan. Dari perspektif Peirce, bulan sabit berfungsi sebagai indeks karena memiliki hubungan temporal dengan Festival Dugderan yang selalu diadakan menjelang Ramadan. Secara *denotatif*, bulan sabit adalah bentuk astronomis bulan pada fase tertentu; secara *konotatif*, ia melambangkan keagamaan, ketenangan, dan harapan baru.

Keempat, huruf "D" terbentuk secara implisit melalui siluet keseluruhan logo sebagai *hidden meaning* yang menyatu dengan bentuk Warak Ngendog. Dari perspektif Peirce, huruf "D" berfungsi sebagai simbol karena hubungannya dengan kata "Dugderan" bersifat konvensional dan harus dipelajari. Kehadiran *hidden meaning* ini menambah kedalaman makna logo tanpa mengurangi kesederhanaan bentuknya.



Gambar 13. Logo Terpilih Festival Dugderan.

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Pendekatan *negative space* dan *hidden meaning* ini memberikan nilai simbolis tambahan tanpa mengurangi kesederhanaan bentuk maupun keterbacaan logo. Dari perspektif semiotika Peirce, logo ini berfungsi sebagai ikon (kemiripan visual dengan Warak Ngendog), indeks (hubungan temporal dengan Festival Dugderan), dan simbol (makna konvensional tentang akulturasi budaya) secara simultan (Noth, 1990; Zhao et al., 2025)

Hubungan Hasil Desain dengan Teori Desain Komunikasi Visual

Hasil perancangan logo Festival Dugderan terhubung dengan prinsip-prinsip desain logo dalam komunikasi visual (Priyadi, 2026). Pertama, prinsip kesederhanaan (*simplicity*) terpenuhi melalui proses stilasi Warak Ngendog yang mengurangi detail visual namun mempertahankan karakter esensial. Logo terpilih memiliki bentuk yang tidak kompleks, sehingga mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan kuesioner yang menunjukkan 60% responden memilih Logo A karena kesederhanaannya.



Gambar 14. Implementasi Logo pada *Merchandise* Festival Dugderan (*Mug, Topi, Kaos, Tote Bag*).

Sumber: Dokumentasi Peneliti.



Gambar 15. Implementasi Logo pada Media Promosi Pendukung (*Pin, Stiker, Keychain*).

Sumber: Dokumentasi Peneliti.



Gambar 16. Implementasi Logo pada Media Publikasi dan *Stationery* (*X-banner*, *Kop Surat*, *Kartu Nama*, *Map*).

Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Kedua, prinsip keterbacaan (*readability*) dan fleksibilitas (*flexibility*) terpenuhi melalui penggunaan bentuk vektor yang bersih dan proporsional. Logo dapat diaplikasikan pada berbagai ukuran dan media, dari media cetak kecil seperti stiker dan pin hingga media besar seperti *X-banner* dan *merchandise*, tanpa kehilangan keterbacaan. Implementasi logo pada berbagai media pendukung (Gambar 14-16) membuktikan fleksibilitas desain tersebut.

Ketiga, prinsip relevansi (*relevance*) terpenuhi melalui pemilihan elemen-elemen visual yang memiliki keterkaitan langsung dengan Festival Dugderan. Warak Ngendog, bedug, dan bulan sabit bukan elemen sembarang, melainkan ikon dan simbol yang telah melekat secara historis dan kultural dengan festival. Hal ini membedakan logo Festival Dugderan dari logo-logo generik yang seringkali kehilangan koneksi dengan konteks lokal.

Keempat, prinsip diferensiasi (*differentiation*) terpenuhi melalui keunikan kombinasi elemen visual yang tidak ditemui pada logo festival lain. Penggunaan *negative space* untuk membentuk bulan sabit sekaligus huruf "D" memberikan nilai tambah yang membedakan logo ini dari logo festival budaya lainnya. Keunikan ini penting dalam konteks *city branding* karena membantu Festival Dugderan membangun posisi yang kuat dalam persaingan pariwisata budaya.

Implikasi untuk *City Branding* Kota Semarang

Temuan penelitian ini memiliki implikasi untuk pengembangan *city branding* Kota Semarang. Berdasarkan analisis, Festival Dugderan memiliki potensi kultural yang kuat namun representasi visualnya belum optimal. Logo yang dirancang dapat menjadi pivot dalam membangun sistem identitas visual yang berkelanjutan, sejalan dengan rekomendasi mengenai pentingnya konsistensi identitas visual dalam *city branding* (Liu & Nesterenko, 2025).

Selain itu, penggunaan ikon lokal seperti Warak Ngendog dalam perancangan logo memberikan nilai diferensiasi yang kuat dibandingkan festival-festival budaya lainnya. Hal ini mengkonfirmasi bahwa *city branding* yang berakar pada warisan budaya lokal memiliki daya resonansi yang lebih tinggi dibandingkan pendekatan generik (Karaalioglu, 2025; Riza, 2015).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan logo Festival Dugderan dilakukan melalui proses sistematis yang meliputi analisis visual, brainstorming konsep, penyusunan *moodboard*, eksplorasi sketsa, digitalisasi, hingga pemilihan logo melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Festival Dugderan belum memanfaatkan sistem identitas visual yang konsisten, meskipun memiliki nilai budaya kuat yang direpresentasikan oleh Warak Ngendog.

Logo yang dirancang menerapkan prinsip stilasi terhadap ikon Warak Ngendog yang dipadukan dengan elemen bedug dan bulan sabit, menghasilkan identitas yang sederhana, mudah dikenali, mudah diingat, serta fleksibel. Logo terpilih oleh 60% responden sebagai alternatif terbaik. Dari perspektif semiotika visual, logo berfungsi sebagai ikon, indeks, dan simbol secara simultan, memberikan lapisan makna yang kaya dalam representasi budaya Kota Semarang.

Berdasarkan kesimpulan, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, Pemerintah Kota Semarang disarankan untuk mengadopsi logo yang dirancang sebagai identitas visual resmi Festival Dugderan dan mengembangkan sistem identitas visual yang komprehensif, termasuk pedoman penggunaan logo (*brand guideline*). Kedua, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah responden yang lebih luas dan beragam untuk proses evaluasi logo. Ketiga, diperlukan studi longitudinal untuk mengukur efektivitas logo dalam memperkuat citra budaya Kota Semarang dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Benavente, D. J. V. (2024). *Homogenized Branding: A Semiotic and Cultural Inquiry into Visual Identity* [Politecnico di Milano]. [https://www.politesi.polimi.it/retrieve/c90d066a-7728-488c-a3f1-71e905823fac/Homogenized Branding 20-06-2024.pdf](https://www.politesi.polimi.it/retrieve/c90d066a-7728-488c-a3f1-71e905823fac/Homogenized%20Branding%2006-2024.pdf)
- Cahyono. (2018). Warak Ngendog dalam tradisi dugderan sebagai representasi identitas muslim urban di Kota Semarang. *Jurnal THEOLOGIA*, 29(2), 339-362. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/teo.2018.29.2.2937>
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Falassi, A. (1987). *Time out of time: Essays on the festival* (I. A. Falassi (ed.)). University of New Mexico Press.
- Felisha, A. A., & Ribawati, E. (2025). Warak Ngendog dan dugderan: Warisan budaya multikultural di pasar johan Semarang. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 9(3), 1-7.
- Fikri, M. K., Prihatiningtyas, S., & Solihati, S. (2025). Komunikasi lintas budaya dalam tradisi dugderan Semarang sebagai medium penguatan kerukunan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(2), 371-384. <https://doi.org/https://doi.org/10.53429/j-kis.v6i2.1626>
- Jaenab, Huda, N., Kurrahman, T., Maulidin, R., Mahyudin, I., & Ananda, D. (2025). Festival ambalawi fashion street carnival sebagai media kebudayaan dan ekonomi kreatif. *AKSI KITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1909-1919.
- Karaalioglu, S. (2025). Creating visual identity in film festival designs. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 15(1), 240-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.7456/tojdac.1559749>
- Landa, E. (2014). *Graphic design solutions* (5th ed.). Cengage Learning.
- Lim, H. (2016). *The contribution o festivals to city branding* [University of Westminster]. https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/download/91a0fa9182de1bae2de406f2cb5a55dc1a8f2fa6b293bdd2ecef1a7b0f4f9304/25370793/Lim_Haewen_thesis.pdf
- Liu, Q., & Shmelova-Nesterenko, O. (2025). Typological analysis of cultural heritage applications in city brand identity design. *Art and Design*, 8(3), 46-57. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2025.3.4>
- Mazlum, H. (2024). K lt r turizmi baėlamında festival afişlerinin i erik ve bi im analizi: Balıkesir  rneėi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14(4), 524-538.
- Mengoni, A. (2021). Visual semiotics. In K. Purgar (Ed.), *The Palgrave handbook of image studies*. Palgrave Macmillan.
- Noth, W. (1990). *Handbook of semiotics*. Indiana University Press.
- Oswald, L. R. (2012). *Marketing semiotics: Signs, strategies, and brand value*. Oxford University Press.
- Priyadi, D. S. K. (2026). Sistem identitas visual perusahaan pakan ternak “Sanfeed”: Strategi branding korporat untuk membangun kepercayaan publik di sektor agribisnis. *Jurnal JDCMS*, 1(2), 252-266.

- Ramadhan, N. P., Raditya, D. H., Nazibah, M., & Baihaqi, A. F. (2025). Resiliensi budaya tradisional dugderan dalam arus perubahan sosial di Kota Semarang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 9(1), 66-79. <https://doi.org/https://doi.org/10.31629/jmm.v9i1.7445> The
- Rasyidu, D. H. K., & Maulina, R. (2023). Color analysis of Warak Ngendhog in Semarang dugderan tradition. *Artic*, 5(2), 487-498.
- Rinaldi, M., & Satyadharma, I. G. N. W. (2025). Visual identity design in events: A strategic approach to improve image and attractiveness at the Bandung Shocking Sale Festival event. *Indonesian Journal of Advanced Research (IJAR)*, 4(9), 2157-2170. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijar.v4i9.15390>
- Riza, M. (2015). Culture and city *branding*: Mega-events and iconic buildings as fragile means to brand the city. *Open Journal of Social Sciences*, 3(7), 269-274. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4236/jss.2015.37039>
- Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sembada, A. D. N., & Wulandari, E. (2024). Perancangan typeface sebagai identitas visual Dieng Culture Festival 2024. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(3), 344-458. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i03.8867>
- Syafaat, I., App, F. B., Tazkiya, H. W., Khairiyyah, K., Tazkiyyah, R. P., & Chamami, M. R. (2026). Dugderan sebagai representasi Islam dan budaya Jawa di Masjid Agung Kauman Semarang. *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 214-223.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Zhao, Y., Gao, P., & Zhu, M. (2025). A semiotic perspective on urban brand image design: The case of Macao. *Art Horizons*, 1(3), 38-45. <https://doi.org/https://doi.org/10.63313/ah.9025>