PERANCANGAN DAN ANALISIS SEMIOTIKA LOGO UMKM BERJAYA BEBEK SEBAGAI IDENTITAS VISUAL BERKELANJUTAN

Wiwit Suryaning Wulan [1)]
[1)] Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
[1)] wiwitsuryaning3@gmail.com

ABSTRAK

Identitas Visual merupakan salah satu faktor penentu keberlangsungan usaha bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ditengah persaingan pasar yang semakin ketat, termasuk bagi Bebek Berjaya, UMKM yang bergerak dibidang peternakan telur bebek. Ketiadaan logo yang representatif dan konsisten menjadi salah satu kendala UMKM ini dalam membangun pengenalan merek secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan merancang logo Bebek Berjaya sekaligus menganalisis makna yang terkandung di dalamnya guna membuktikan perannya sebagai strategi identitas visual berkelanjutan. Baik secara ekologis maupun ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode Design Thinking sebagai landasan proses perancangan logo, serta analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengidentifikasi kategori tanda ikon, indeks, dan simbol pada elemen visual logo. Hasil analisis menunjukkan bahwa logo yang dihasilkan tidak hanya merepresentasikan identitas visual, tetapi juga menjadi aset strategis yang mendukung keberlanjutan lingkungan sekaligus keberlangsungan usaha Bebek Berjaya dalam jangka panjang.

Kata Kunci : Identitas Visual, Perancangan Logo, Design Thingking, Semiotika Pierce, UMKM

ABSTRACT

Visual identity is one of the key factors determining the sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) amid increasingly fierce market competition, including for Bebek Berjaya, an MSME engaged in duck egg farming. The lack of a representative and consistent logo is one of the challenges this MSME faces in building sustainable brand recognition. This study aims to design a logo for Bebek Berjaya while analyzing the meanings embedded within it to demonstrate its role as a sustainable visual identity strategy—both ecologically and economically. This study employs a descriptive qualitative approach, using the Design Thinking method as the foundation for the logo design process, as well as Charles Sanders Peirce's semiotics to identify the categories of icons, indices, and symbols within the logo's visual elements. The results of the analysis show that the resulting logo not only represents a visual identity but also serves as a strategic asset that supports environmental sustainability as well as the long-term viability of Bebek Berjaya's business.

Keywords: *Visual Identity, Logo Design, Design Thinking, Peirce's Semiotics, SMEs*

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, keberlangsungan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuannya membangun citra dan kepercayaan di mata konsumen maupun mitra usaha. Selain itu, identitas visual merupakan alat komunikasi non-verbal yang berperan penting dalam membangun persepsi, membedakan sebuah merek dari kompetitornya, serta menumbuhkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang (Wheeler, 2013). Dengan demikian, identitas visual sebuah UMKM yang konsisten menjadi semakin penting karena berperan memperkuat daya saing dan membangun kepercayaan mitra maupun konsumen. Kondisi ini dialami oleh Bebek Berjaya, UMKM peternakan telur bebek organik dengan visi menjadi peternakan yang berkelanjutan serta mitra tepercaya bagi masyarakat dan industri sekitar. Guna mewujudkan visi tersebut, Bebek Berjaya berkomitmen menjaga kesejahteraan bebek petelur melalui pengelolaan ramah lingkungan serta membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat dan industri. Namun, hingga saat ini Bebek Berjaya belum memiliki logo yang representatif untuk merepresentasikan nilai dan visi tersebut secara visual, sehingga berpotensi menghambat pengenalan merek dan daya saingnya.

Untuk merancang identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai keberlanjutan tersebut, penelitian ini menggunakan Design Thinking sebagai metode perancangan, karena menekankan eksplorasi kebutuhan secara mendalam sebelum menghasilkan solusi. Guna mengungkap makna dari hasil rancangan, digunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengklasifikasikan tanda berdasarkan relasinya dengan objek ke dalam ikon, indeks, dan simbol (Oktaviani et al., 2022). Sejauh penelusuran literatur, belum ditemukan penelitian yang mengkaji perancangan logo UMKM peternakan telur bebek dengan menggabungkan Design Thinking dan analisis semiotika Peirce sebagai upaya membuktikan identitas visual berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan bagaimana proses perancangan logo UMKM Bebek Berjaya melalui pendekatan Design Thinking, serta bagaimana makna ikon, indeks, dan simbol pada logo yang dihasilkan dapat merepresentasikan identitas visual berkelanjutan bagi UMKM tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan hasil yang bersifat interpretatif dan tidak berorientasi pada data numerik. Perancangan logo dilakukan menggunakan metode Design Thinking (*Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test*), diawali dengan wawancara terhadap pemilik UMKM Bebek Berjaya untuk menggali visi, misi, dan nilai usaha, dilanjutkan dengan eksplorasi ide, digitalisasi alternatif logo, hingga penetapan logo final. Logo yang dihasilkan terdiri atas logo primer serta logo sekunder yang kemudian logo tersebut akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengklasifikasikan tanda berdasarkan relasinya dengan objek ke dalam ikon, indeks, dan simbol (Oktaviani et al., 2022), mencakup elemen bentuk, warna, dan tipografi.

Data primer diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi proses perancangan, sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur mengenai identitas visual, Design Thinking, dan semiotika Peirce. Analisis dilakukan dengan mendeskripsikan elemen visual logo, mengklasifikasikannya ke dalam kategori ikon, indeks, dan simbol, menginterpretasikan maknanya, lalu mengaitkan hasil interpretasi tersebut dengan konsep keberlanjutan ekologis dan ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Logo UMKM

a.) Empathize

Tahap *Empathize* dilakukan untuk memahami karakteristik, nilai, dan permasalahan yang dihadapi UMKM Peternakan Berjaya secara mendalam. Peternakan Berjaya merupakan UMKM yang bergerak di bidang peternakan bebek petelur organik, berdiri sejak tahun 2024 di Desa Sidorenggo, Kelurahan Sidorejo, Krian, Kabupaten Sidoarjo. Peternakan ini menghasilkan sekitar 2.000 butir telur per hari dari total 3.171 ekor bebek, dengan sistem klasifikasi kualitas telur ke dalam tiga tingkatan (Grade A, AB, dan BK) berdasarkan ukuran dan kandungan nutrisinya. Berdasarkan visi dan misinya, Peternakan Berjaya berkomitmen menjadi peternakan yang berkelanjutan melalui pengelolaan yang ramah lingkungan, salah satunya tercermin dari praktik pembagian limbah kotoran bebek secara gratis kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan, seperti petani, tanpa dipungut biaya.

Tabel 1. Ringkasan Temuan SWOT terkait Identitas Visual Peternakan Berjaya

Komponen Analisis SWOT	Hasil Temuan/Deskripsi
Strength	Hubungan baik dengan pelanggan; kapasitas produksi tinggi (2.000 butir/hari); pakan berkualitas (konsentrat grade tinggi) yang mendukung mutu produk, peternakan menggunakan konsep kandang modern.
Weakness	Tidak memiliki logo; tidak memiliki identitas visual yang menggambarkan usaha peternakan sama sekali, termasuk media eksisting; tidak ada publikasi/promosi mengenai peternakan.
Opportunity	Satu-satunya peternakan bebek di wilayah tersebut; permintaan pasar terhadap telur bebek terus meningkat; lokasi strategis di kawasan industri.
Threat	Sudah banyak peternakan bebek lain yang memiliki identitas visual; banyak pesaing baru bermunculan di industri peternakan.

Sumber : Catatan hasil survei terhadap umkm secara mandiri

Berdasarkan temuan pada Tabel 1, kelemahan utama Peternakan Berjaya terletak pada ketiadaan identitas visual, sementara peluang dan ancaman yang ada memperkuat urgensi kebutuhan tersebut.

b.) Define

Pada tahap *Define*, temuan tersebut dirumuskan menjadi kriteria desain melalui strategi persilangan *Weakness-Opportunity* dan *Weakness-Threat*, yang secara konsisten mengarah pada kebutuhan untuk merancang identitas visual yang sesuai dengan karakteristik Peternakan Berjaya, sekaligus mampu bersaing dengan kompetitor yang telah memiliki logo. Berdasarkan hasil ini, dirumuskan kriteria desain (*design brief*) bahwa logo yang dihasilkan perlu merepresentasikan nilai keberlanjutan ekologis melalui praktik pengelolaan yang ramah

lingkungan, serta nilai keberlanjutan ekonomi melalui kualitas produk dan kepercayaan pelanggan, sebagaimana tercermin dalam visi dan misi usaha.

c.) *Ideate*

Dengan data yang sudah didapatkan dalam tahap perancangan 1 dan 2, dilakukan brainstorming berupa pembuatan *mind-mapping* dengan mencatat kata-kata yang sesuai dengan nilai yang dipegang oleh mitra serta elemen-elemen yang melekat pada peternakan Berjaya Bebek. Juga dilakukan pencatatan elemen-elemen visual yang dibutuhkan dalam logo seperti palet warna yang ingin digunakan berdasarkan penurunan kata sifat yang diterapkan dalam penggunaan warna yang ada di lokasi peternakan Berjaya Bebek. Kata kunci yang muncul selama proses *brainstorming* berupa kata sifat dan benda itu kemudian dimasukkan ke dalam sketsa kasar. Sketsa kasar yang dirancang akan diterjemahkan ke dalam berbagai bentuk visual atau alternatif logo dengan tujuan mendapatkan ide beragam dan solusi paling sesuai. Pada akhir tahap ini, terbentuklah 60 sketsa logo yang didapat melalui eksplorasi konsep pada *brainstorming.*



Gambar 1. Brainstorming, Mind-Mapping
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 2. Sketsa Kasar Logo
Sumber : Dokumen Pribadi

d.) *Prototyping*

Dalam tahap ini, beberapa ide yang terpilih pada tahap ideate kembali disempurnakan melalui bentuk logo digital.



Gambar 3. Alternatif digital logo
Sumber : Dokumen Pribadi

e.) Test

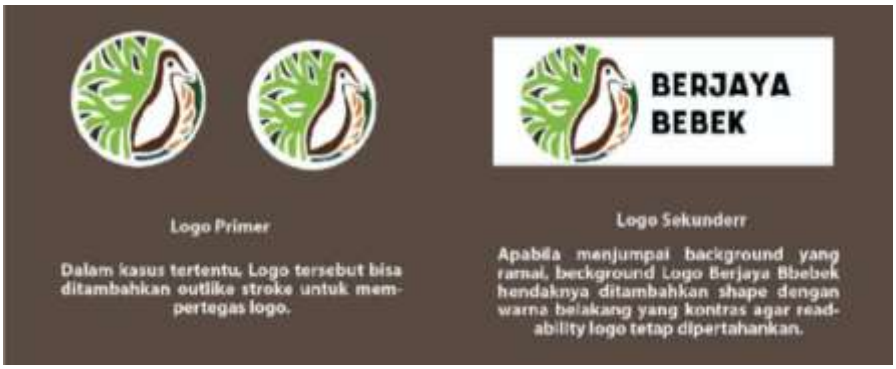
Dengan desain lgoo yang sudah terbentuk, penulis melakukan tahap testing kepada mitra untuk mendapatkan hasil logo akhir kemudian mencoba mengaplikasikannya pada berbagai media.



Gambar 4. Banner UMKM
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 5. Neon Box
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 6. Logo Akhir
Sumber : Dokumen Pribadi

Teori Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani semeion, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda beserta segala sesuatu yang berkaitan dengannya, termasuk sistem dan proses penggunaan tanda dalam komunikasi. Charles Sanders Peirce mengembangkan teori tanda yang menekankan hubungan triadik antara representamen, objek, dan interpretan. Berdasarkan relasinya dengan objek, Peirce mengklasifikasikan tanda ke dalam tiga kategori, yaitu ikon (tanda yang memiliki kemiripan visual dengan objeknya), indeks (tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat atau keterkaitan langsung dengan objeknya), dan simbol (tanda yang maknanya terbentuk berdasarkan konvensi atau kesepakatan sosial) (Oktaviani et al., 2022).

Kajian Semiotika pada Logo Bebek Berjaya

Berikut adalah kajian terhadap logo Peternakan Berjaya berdasarkan klasifikasi tanda ikon, indeks, dan simbol menurut Charles Sanders Peirce.
Logo primer Peternakan Berjaya berbentuk lingkaran yang memuat tiga elemen visual utama, yaitu siluet bebek berwarna cokelat tua, ranting daun berwarna hijau (muda dan tua), serta siluet bulir padi berwarna ginger. Logo sekunder menambahkan elemen tipografi bertuliskan "Bebek Berjaya" menggunakan jenis huruf *Shrimp Regular* di samping logo primer.

a.) Tanda Ikon
Siluet bebek pada logo berfungsi sebagai ikon, karena bentuknya yang disederhanakan tetap menyerupai wujud bebek secara visual, ditandai dengan garis leher melengkung, bentuk paruh, dan mata yang mudah dikenali. Ranting daun juga berfungsi sebagai ikon karena bentuknya menyerupai wujud dedaunan asli, sementara siluet bulir padi berfungsi sebagai ikon karena menyerupai wujud bulir padi secara visual.

b.) Tanda Indeks
Selain berfungsi sebagai ikon, ranting daun juga berfungsi sebagai indeks, karena keberadaan elemen tumbuhan ini mengindikasikan adanya hubungan sebab-akibat dengan lingkungan alami dan habitat yang sehat. Demikian pula siluet bulir padi, yang selain menjadi ikon juga berfungsi sebagai indeks yang mengindikasikan keterkaitan antara produksi telur dengan siklus agrikultur dan sumber pakan alami, sekaligus merujuk pada lokasi peternakan yang berada di kawasan persawahan.

c.) Tanda Simbol
Bentuk badge lingkaran yang membingkai keseluruhan logo berfungsi sebagai simbol yang secara konvensi diasosiasikan dengan kesatuan, profesionalisme, dan kepercayaan. Warna hijau muda dan hijau tua berfungsi sebagai simbol yang diasosiasikan dengan alam, kesehatan, dan keberlanjutan. Warna cokelat tua berfungsi sebagai simbol kehangatan, kealamian, dan kestabilan, sementara warna ginger berfungsi sebagai simbol energi dan kehangatan yang membuat logo terkesan hidup. Pada logo sekunder, tipografi *Shrimp Regular* turut berfungsi sebagai simbol, karena karakter hurufnya yang tidak kaku memberi kesan ramah dan personal.

Interpretasi Makna Keseluruhan

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa logo Bebek Berjaya merepresentasikan keberlanjutan dalam dua dimensi yang saling terkait. Pertama, keberlanjutan ekologis, yang tercermin melalui elemen ikon dan indeks pada ranting daun dan bulir padi, yang secara visual merujuk pada praktik peternakan ramah lingkungan serta keterkaitan usaha dengan ekosistem agrikultur lokal, sejalan dengan misi Bebek Berjaya dalam menjamin kesejahteraan bebek petelur melalui pengelolaan yang ramah lingkungan. Kedua, keberlanjutan ekonomi, yang tercermin melalui simbol warna, bentuk badge, dan tipografi yang dirancang secara sederhana dan konsisten, sehingga mendukung skalabilitas dan fleksibilitas aplikasi logo pada berbagai media, baik kemasan, media sosial, maupun material promosi lainnya. Kesederhanaan bentuk ini turut memperkuat daya ingat *(brand recall)* dan konsistensi visual dalam jangka panjang, yang menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan mitra dan konsumen.

Dengan demikian, logo yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual semata, tetapi juga sebagai representasi nilai dan strategi usaha yang menyatukan aspek ekologis dan ekonomi secara utuh. Temuan ini memperkuat argumen bahwa perancangan identitas visual bagi UMKM perlu mempertimbangkan tidak hanya aspek estetika, tetapi juga muatan makna yang relevan dengan visi dan misi usaha, sehingga logo dapat berfungsi sebagai aset strategis yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan rancangan logo UMKM Bebek Berjaya melalui pendekatan Design Thinking, yang melibatkan proses eksplorasi kebutuhan usaha hingga penetapan logo final berupa siluet bebek, ranting daun, dan bulir padi dalam bidang lingkaran, disertai logo sekunder bertipografi *Shrimp Regular*. Berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, elemen-elemen visual tersebut terklasifikasi ke dalam kategori ikon, indeks, dan simbol yang secara konsisten merepresentasikan dua dimensi keberlanjutan, yaitu keberlanjutan ekologis melalui elemen yang merujuk pada praktik peternakan ramah lingkungan, serta keberlanjutan ekonomi melalui kesederhanaan bentuk dan konsistensi visual yang mendukung daya saing usaha dalam jangka panjang.

Penelitian ini membuktikan bahwa kombinasi metode Design Thinking dan analisis semiotika Peirce efektif digunakan sebagai pendekatan dalam merancang sekaligus memvalidasi identitas visual UMKM yang berkelanjutan, baik dari sisi ekologis maupun ekonomi. Bagi UMKM Bebek Berjaya, logo yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi aset strategis yang memperkuat pengenalan merek serta membangun kepercayaan masyarakat dan mitra industri. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penerapan identitas visual ini pada sistem branding yang lebih luas, seperti desain kemasan dan media promosi, guna memperkuat konsistensi identitas visual UMKM secara menyeluruh.

REFERENSI

Hananto, B. A. (2019). Perancangan logo dan identitas visual untuk Kota Bogor. *Jurnal Titik Imaji*, *2*(1), 19–32

Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual branding produk belimbing olahan UMKM Depok melalui desain logo. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, *3*(2), 55–74.

Oktaviani, U. D., Susanti, Y., Tyas, D. K., Olang, Y., & Agustina, R. (2022). Analisis makna tanda ikon, indeks, dan simbol semiotika Charles Sanders Peirce pada film 2014 Siapa di Atas Presiden? *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, *15*(2), 293–310. https://doi.org/10.30651/st.v15i2.13017

Salsabilla, S. C., Destantioni, V., & Wulandari, S. (2024). Kajian semiotika poster film Siksa Kubur. *Prosiding SNADES 2024: Elaborasi Desain Berkelanjutan untuk Pembangunan Indonesia*, 151–157.

Wheeler, A. (2013) *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. 4th edition. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.