

Studi Penerapan Pendekatan Semiotika Pada Proses Redesain Interior Cafe Susu Sae Pujon

Naskah diajukan pada: 2025-11-24 | Terakhir direvisi pada: 2026-04-09 | Diterima pada: 2026-10-20

Kristanto Adi Nugroho*

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia, kristantoadi@ub.ac.id

Muhammad Afrizan Akbar Rizqi

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia, muhammadafrizan@student.ub.ac.id

(*) penulis korespondensi

Abstrak

Pujon merupakan salah satu produsen susu sapi murni di Jawa Timur. Kafe wisata susu SAE Pujon merupakan entitas milik KUD Pujon yang menjual produk olahan susu. Kafe ini memiliki peran penting sebagai representatif simbolik Kota Pujon. Pencarian identitas dan makna simbolik bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung terkait Kota Pujon. Penelitian ini berfokus pada studi penerapan semiotika pada proses redesain kafe wisata susu SAE Pujon. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika, yakni teori semiotika Charles Sanders Peirce (ikon, indeks, simbol) dan Charles William Morris (sintaktik, semantik, pragmatik). Analisis dilakukan melalui pengamatan langsung dan studi literatur terkait semiotika kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk interior, furnitur, pemilihan warna, penggunaan material dan pencahayaan. Kesimpulan dari penelitian ini pendekatan semiotika dinilai mampu membentuk desain interior yang tidak hanya estetik dan fungsional, tetapi juga mampu menyampaikan citra dan narasi secara visual. Hasil dari penelitian ini, semiotika direpresentasikan ke dalam unsur-unsur interior seperti bentuk, warna, material, furnitur, dan pencahayaan, dimanfaatkan sebagai tanda visual yang mencerminkan makna dan simbol Kota Pujon.

Kata-kunci: interior, *branding*, semiotika, desain

Abstract

Pujon is one of the producers of pure cow's milk in East Java. The SAE Pujon milk tourism cafe is an entity owned by the Pujon Cooperative that sells processed milk products, this cafe plays an important role as a symbolic representative of Pujon City. The search for identity and symbolic meaning aims to provide information to visitors regarding Pujon City. This research focuses on the study of the application of semiotics in the redesign process of the SAE Pujon milk tourism cafe. The approach used in this study is semiotics, namely the semiotic theory of Charles Sanders Peirce (icons, indices, symbols) and Charles William Morris (syntactics, semantics, pragmatics). The analysis was carried out through direct observation and literature studies related to semiotics, then translated into the form of interior design, furniture, color selection, use of materials and lighting. The conclusion of this study is that the semiotic approach is considered capable of creating interior designs that are not only aesthetic and functional, but also able to convey images and narratives visually. The results of this study, semiotics are represented in interior elements such as shape, color, material, furniture, and lighting are used as visual signs that reflect the meaning and symbol of Pujon City.

Keywords: interior, *branding*, semiotics, design

Pendahuluan

Kecamatan Pujon juga dikenal sebagai sentra produksi susu sapi di Jawa Timur. Hasil produk olahan susu menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang datang di Kota Pujon. Dalam konteks ini, peneliti bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan semiotika dalam redesain kafe wisata susu SAE Pujon untuk mendukung citra Kota Pujon sebagai produsen susu sapi di Jawa Timur.

Berbagai penelitian telah dilakukan dalam konteks semiotika, Ipmawati dan Anisa (2024) melakukan eksplorasi analisis semiotika pada bangunan Masjid Raya Sheikh Zayed Solo dalam memahami lebih mendalam tentang makna dan signifikansi elemen-elemen semiotika pada bangunan masjid. Dalam bidang desain komunikasi visual, teori semiotika digunakan setiap praktik pembuatan karya untuk menyampaikan sebuah pesan terhadap khalayak dibalik karya yang diciptakannya. Penelitian Pamela dan Apsari (2021) mencoba untuk menginterpretasi makna menggunakan semiotika pada karya desain undangan, yang menunjukkan bahwa gaya elegan dan modern dari undangan menginterpretasikan simbol status sosial, penggunaan bahan, teknik cetak, grafis yang minimalis, dan warna yang premium membentuk citra yang eksklusif.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu pendekatan baru yang mengintegrasikan semiotika ke dalam proses redesain interior yang menginterpretasikan makna pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung untuk mendukung citra kota Pujon sebagai produsen susu sapi di Jawa Timur.

Identitas visual sebuah kafe sangat berpengaruh terhadap persepsi dan pengalaman pengunjung. Mulya Raja (2020) menyebutkan bahwa terjadi pergeseran gaya dalam menikmati suasana kafe, di mana pengunjung kini lebih sadar akan pentingnya identitas dan pengalaman yang kuat dalam ruang. Temuan penelitian yang sama, juga diutarakan oleh Seftianingsih dan Wibawa (2024) bahwa pentingnya keterkaitan antara desain ruang kafe dengan pengalaman pengunjung. Desain interior kini tidak hanya difungsikan sebagai wadah aktivitas, tetapi juga sebagai media penyampai cerita dan nilai *brand* secara utuh dan konsisten. Sametz dan Maydoney (dalam Kaya & Aslan, 2021, p. 57) menjelaskan bahwa *branding* melalui interior bersifat alami, mudah, menghibur, serta dapat mengubah dan memperkuat persepsi pengunjung terhadap suatu ruang.

Studi penerapan ini difokuskan pada bagaimana pendekatan semiotika dapat diterapkan dalam redesain interior *Cafe* Wisata Susu SAE Pujon guna memperkuat identitas Kota Pujon sebagai produsen susu sapi di Jawa Timur. Diharapkan hasil studi ini mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan pendekatan semiotika dan memperluas pemahaman kita tentang penerapan semiotika dalam konteks desain interior.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika sebagai dasar analisis dalam mengkaji dan merancang ulang elemen interior yang merepresentasikan identitas Kota Pujon sebagai produsen susu sapi di Jawa Timur. Metode ini digunakan untuk menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tulisan atau lisan dari partisipan atau subjek pengamatan. Dalam studi penerapan ini menggunakan teori semiotika Pierce dan Charles Williams Morris untuk menganalisis makna yang diwujudkan dalam bentuk simbol dan bentuk.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dan data literatur. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui hubungan antar variabel sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda, baik bersifat manusiawi maupun hewani, berhubungan dengan suatu bahasa tertentu atau tidak, mengandung unsur kebenaran atau kekeliruan, bersifat sesuai atau tidak sesuai, bersifat wajar atau mengandung unsur yang dibuat-buat. Secara sederhana, semiotika adalah ilmu atau metode yang mempelajari tanda dan cara penyampaian makna dalam sistem komunikasi, baik melalui bahasa (suara) maupun elemen visual (gambar). Dalam ranah desain interior, semiotika berperan untuk menerjemahkan konsep desain yang abstrak menjadi elemen desain yang dapat dirasakan oleh indra manusia. Dalam konteks ini, semiotika berfokus pada teori yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce dan Charles William Morris karena dirasa relevan untuk digunakan dalam ranah interior.

Tahapan pertama adalah analisis semiotika Peirce yaitu memaknai tiga kategori utama antara lain:

1. Menganalisis ikon yang memiliki hubungan kemiripan dengan objek yang diwakilinya. Dalam konteks ini, ikon dapat berupa furnitur atau elemen dekoratif yang meniru bentuk alami atau benda tertentu, seperti kursi berbentuk cangkir atau ornamen berbentuk produk olahan susu yang menjadi produk utama Kota Pujon.
2. Menganalisis tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan objek yang diwakilinya. Misalnya, adanya mural yang menjadi tanda bahwa sebuah kafe menjual produk utama berupa olahan susu.
3. Menganalisis tanda yang tidak memiliki hubungan langsung dengan objek yang diwakilinya (secara visual), tetapi maknanya disepakati secara konvensional, seperti penggunaan lantai tatami menjadi simbol makanan sapi.

Tahapan kedua adalah analisis semiotika Charles William Morris melalui pembagian proses penandaan ke dalam tiga dimensi yang saling berkaitan, antara lain:

1. Menganalisis hubungan antar tanda dalam sistem visual. Dalam konteks berfokus pada keteraturan elemen desain, seperti harmoni bentuk, warna, dan gaya desain. Penggunaan palet warna dan material yang sama pada kafe untuk menjaga citra *brand*. Sedangkan variabel merupakan unsur pembeda dalam sistem tersebut, seperti tata letak furnitur dan elemen dekoratif yang disesuaikan dengan ketersediaan ruang.
2. Menganalisis hubungan antara tanda dengan objek yang menjadi acuannya. Dalam konteks ini, makna tanda dibagi menjadi dua, denotasi dan konotasi. Denotasi seperti penggunaan motif kayu yang secara denotatif merujuk pada penggunaan material alami. Sedangkan konotasi seperti penggunaan partisi kaca yang secara konotatif merujuk pada keterbukaan dan transparansi, gaya interior klasik sering diasosiasikan dengan sifat mewah.
3. Menganalisis hubungan antara tanda dengan penggunaannya (pragmatik). Aspek pragmatik mencakup kenyamanan, ergonomi, dan efisiensi ruang. Seperti, pemilihan furnitur yang ergonomis, tata letak yang efisien untuk alur sirkulasi pengguna, dan pemilihan material yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan.

Dari analisis di atas, elemen yang dikaji meliputi elemen pembentuk ruang (lantai, dinding, plafon), elemen pengisi (furnitur dan dekorasi), elemen visual (warna dan material), serta elemen kualitatif dan kuantitatif ruang (pencahayaan, penghawaan, akustik, sirkulasi, dan dimensi).

Adaptasi penerapan semiotika memiliki parameter sebagai berikut:

- Bentuk interior, desain bentuk interior mengadopsi pola linier dan struktur geometris dasar, merujuk pada teori indeks Peirce. Susu sapi murni sebagai produk utama diindekskan dari bentuk bangunan peternakan yang sederhana dan fungsional, memperkuat citra *brand* melalui narasi visual yang efisien dan mudah dipahami.
- Furnitur berfungsi sebagai ikon dan indeks. Seperti penggunaan material berwarna putih yang merepresentasikan susu, atau *stool* berbentuk kaleng susu dan pola kulit sapi pada *fabric* furnitur sebagai indeks produk utama. Elemen ini memperkuat identitas visual dan menciptakan narasi ruang yang selaras dengan *brand*.
- Material alami seperti kayu dan batu digunakan sebagai indeks dari unsur alam, sementara material bertekstur kasar (bata ekspos, kayu *unfinished*) menyimbolkan kesederhanaan. Pemilihan disesuaikan secara pragmatik dan konsisten sebagai konstanta (sintaktik) visual di seluruh area.
- Warna, skema warna *earth tone* seperti krem, oranye, hijau, dan biru digunakan untuk menyampaikan makna alami, hangat, dan sederhana. Warna diposisikan sebagai tanda simbolik dan sinestetik, serta diterapkan konsisten sesuai pendekatan sintaktik.

Pencahayaan alami diperoleh dari bukaan ruang, mendukung asosiasi kesegaran susu. Cahaya buatan menggunakan *warm white* dan *neutral white*, disesuaikan dengan fungsi ruang. Pendekatan sinestetik dan pragmatik digunakan untuk membentuk atmosfer dan efisiensi visual.

Tabel 1. Penerapan Semiotika ke Dalam Bentuk Interior

Konsep Bentuk	Penerapan
 Bentuk tiang penyangga atap peternakan	
 Bentuk stal peternakan	

(Sumber: Penulis, 2026)

Bentuk interior dirancang guna memperkuat narasi citra *brand* kafe melalui pendekatan semiotika, teori indeks oleh Charles Sanders Peirce. Dalam konteks ini, susu sapi murni sebagai produk utama kafe merupakan indeks dari peternakan, yang secara visual identik dengan bentuk bangunan sederhana, terstruktur, dan fungsional. Oleh karena itu, desain interior mengadopsi

bentuk geometris dasar dengan pola linier atau *grid*, seperti pada struktur atau bentuk ruang di lingkungan peternakan (Tabel 1).

Tabel 2. Penerapan Semiotika ke Dalam Furnitur

Konsep Furnitur	Penerapan
 Warna putih susu	
 Kaleng kontainer susu	
 Motif hitam-putih pada sapi	

(Sumber: Penulis, 2026)

Furnitur dirancang tidak hanya sebagai elemen fungsional, tetapi juga sebagai tanda melalui pendekatan semiotika seperti pada Tabel 2. Dalam hal ini, furnitur akan berperan sebagai ikon dan indeks yang dapat memperkuat identitas visual dan meningkatkan pengalaman ruang bagi pengguna. Beberapa furnitur dirancang sebagi ikon melalui pemilihan material dengan warna putih yang merepresentasikan warna dari susu itu sendiri. Sementara itu, elemen berbentuk kaleng susu serta penerapan pola kulit sapi hitam-putih berperan sebagai indeks dari susu sapi murni.

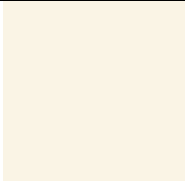
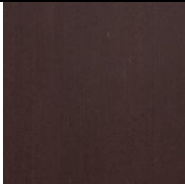
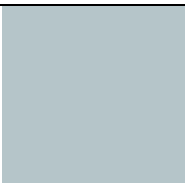
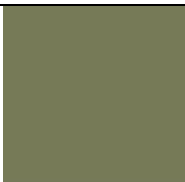
Tabel 3. Penerapan Semiotika pada Material

Penerapan	Keterangan
	Menampilkan citra <i>unfinished</i> atau <i>raw</i> yang secara semiotika asosiasi merepresentasikan kesan sederhana.
	Ditujukan sebagai penyeimbang dan secara semiotika sinestesia menghadirkan kesan hangat.
	Motif acak gelap dengan dasar putih menyerupai motif kulit sapi, dapat menjadi indeks visual dari susu sapi.
	Sebagai indeks dari susu sapi sekaligus <i>point of interest</i> dalam ruang.
	Motif kayu secara semiotik melalui asosiasi dan sinestesia menghadirkan kesan hangat, sederhana, dan alami.
	Menampilkan citra <i>unfinished</i> atau <i>raw</i> yang secara semiotika asosiasi merepresentasikan kesan sederhana.

(Sumber: Penulis, 2026)

Material pada Tabel 3 disesuaikan dengan fungsi dan karakteristik masing-masing ruang berdasarkan pendekatan semiotika pragmatik yang menekankan kesesuaian antara tanda, dalam hal ini material, dengan kebutuhan penggunaannya. Selain itu, material yang digunakan juga berperan sebagai konstanta visual yang diterapkan secara konsisten di seluruh area kafe, hal ini mengacu pada pendekatan semiotika sintaktik, di mana keteraturan dan repetisi visual membentuk kesatuan komposisi yang dapat mendukung identitas ruang secara keseluruhan.

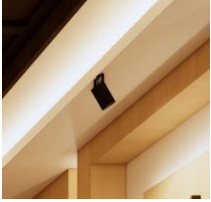
Tabel 4. Penerapan Semiotika pada Warna

Konsep Warna	Penerapan
	
	
	
	
	

(Sumber: Penulis, 2026)

Dalam kajian semiotika, warna merupakan elemen visual yang mampu menyampaikan makna secara simbolik, baik melalui asosiasi maupun sinestesia. Warna memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap ruang, serta dapat digunakan untuk memperkuat citra dan identitas suatu *brand*. Pemilihan warna disesuaikan dengan kata kunci utama yang diangkat, yaitu alami, hangat, dan sederhana. Oleh karena itu, digunakan skema warna *earth tone* pada Tabel 4 yang dinilai mampu merepresentasikan ketiga konsep tersebut sekaligus. Warna-warna dalam skema tersebut seperti krem, oranye, hijau, dan biru memiliki asosiasi terhadap unsur alam dan kesederhanaan, serta secara sinestesia memberikan kesan hangat dan menenangkan. Warna yang digunakan tidak hanya dipilih berdasarkan makna simbolis yang selaras dengan konsep alami, hangat, dan sederhana, tetapi juga berfungsi sebagai konstanta visual yang diterapkan secara konsisten di seluruh area kafe. Hal ini mengacu pada pendekatan semiotika sintaktik, di mana keteraturan dan repetisi visual membentuk kesatuan komposisi yang dapat menjadi penanda visual yang mengikat keseluruhan desain interior dalam satu kesatuan estetis dan naratif utuh yang mendukung identitas ruang secara keseluruhan.

Tabel 5. Penerapan Semiotika pada Pencahayaan

Jenis	Lampu	Penerapan
<i>Downlight</i>		
<i>General lighting</i>		
<i>Spotlight</i>		
		
<i>Hanging lamp</i>		

		
		
<i>Sconce/wall lamp</i>		
<i>Table lamp</i>		
<i>LED strip</i>		

(Sumber: Penulis, 2026)

Dalam ranah semiotika, pencahayaan dinilai mampu menciptakan persepsi tertentu terkait atmosfer ruang. Pencahayaan juga dapat berfungsi sebagai penanda visual yang memperkuat identitas dan makna yang ingin disampaikan. Pada Tabel 5, pencahayaan buatan menggunakan kombinasi warna *soft white* dan *neutral white*. Warna *soft white* digunakan untuk menciptakan suasana yang hangat, tenang, dan nyaman secara sinestetik. Sementara itu, warna *neutral white* diterapkan pada area yang menuntut pencahayaan yang lebih terang dan fungsional. Strategi ini sejalan dengan pendekatan semiotika sinestesia serta prinsip pragmatik dalam semiotika desain, yaitu merancang berdasarkan kebutuhan dan aktivitas pengguna di masing-masing ruang.

Kesimpulan

Dari analisis semiotika berdasarkan Peirce dan Morris, dapat disimpulkan bahwa pada studi penerapan Semiotika pada redesain interior *Cafe Wisata Susu SAE Pujon* dapat diterapkan dengan menganalisis tanda dan menerjemahkan ke dalam konsep desain interior. Pendekatan semiotika memungkinkan elemen-elemen interior berfungsi tidak hanya secara fungsional, tetapi juga sebagai pembawa makna. Produk utama berupa susu sapi murni dianalisis kemudian diterjemahkan ke dalam desain bentuk interior, furnitur, pemilihan warna, penggunaan material

dan pencahayaan. Dengan demikian, pendekatan semiotika dinilai mampu membentuk desain interior yang tidak hanya estetis dan fungsional, tetapi juga mampu menyampaikan citra dan narasi *brand* secara visual dan emosional. Hasil penelitian ini juga ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan implementasi semiotika dalam desain interior.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan dalam penerapan semiotika dapat diperdalam atau dikombinasikan dengan pendekatan lain seperti teori *brand experience*, teori psikologi desain, atau perilaku pengguna ruang yang dapat menghasilkan desain yang tidak hanya bermakna secara simbolis, tetapi juga relevan secara psikologis dan praktis. Penelitian ini dapat menjadi awal bagi penelitian lebih lanjut tentang aspek pasca pembangunan, seperti respon pengguna terhadap suasana ruang, dan pengaruhnya terhadap peningkatan nilai komersial kafe. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini tidak hanya menjadi rujukan metodologis, tetapi juga menjadi landasan dalam pengembangan kajian perancangan interior berbasis nilai dan makna yang lebih mendalam serta kontekstual.

Daftar Pustaka

- Cherry. (2023). Implementasi Identitas Branding Pada Interior Kantor Universitas Kristen Petra Bidang FHIK. *Jurnal Nawala Visual*, 5(2). <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Fauzi, A., & Qizwini, J. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Penciptaan Identitas Brand: Studi Kasus Perusahaan Teknologi. *Jurnal Marketing*, 5(2). <https://ojs.stiepi.ac.id/index.php/Marketing>
- Habiburrahim, M. F., & Priyatmono, A. F. (2023). Analisa Pola Tata Layout Furniture Kedai Kopi Terhadap Kenyamanan Gerak Pengguna Ruang (Studi Kasus: Kedai Kopi Tephisisi). *Jurnal SIAR IV: Seminar Ilmiah Arsitektur*. <https://proceedings.ums.ac.id/siar/article/download/2868/2830/2910>
- Ipmawati, A. D., & Hodijah, O. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Arsitektur Masjid Raya Sheikh Zayed Solo Sebagai Destinasi Wisata Religi. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5). <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/1446/1597>
- Juliana, N., Nirmala, A., & Felicia. (2020). Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk. *Cakrawala—Jurnal Humaniora*, 20(1), 28–34. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Karjodihardjo, Y. H., & Honggowidjaja, S. P. (2015). Perancangan Interior Library Café Di Surabaya. *Jurnal Intra*, 3(2), 256–267. <https://media.neliti.com/media/publications/95372-ID-perancangan-interior-library-cafe-di-sur.pdf>
- Kaya, L. G., & Çelik Aslan, F. (Eds.). (2021). *Academic Research And Reviews In Architecture, Planning And Design Sciences*. Duvar Publishing.
- Mulya Raja, M. T. (2020). Kajian Aplikasi Brand Identity Pada Elemen Desain Interior Gourmet Café Petitenget. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4(2). <http://jurnal.universitaskembangan.ac.id/index.php/arcade>

- P. B. R. (1947). The Semiotic of Charles Morris. [Review of *Signs, Language and Behavior*, by C. Morris]. *The Kenyon Review*, 9(2), 303–311. <http://www.jstor.org/stable/4332852>
- Peirce, C. S. (1991). *Peirce on Signs: Writings on Semiotic by Charles Sanders Peirce* (J. Hoopes, Ed.). University of North Carolina Press. http://www.jstor.org/stable/10.5149/9781469616810_hoopes
- Ratnamaya, A. A. I., & Mudra, I. W. (2021). Kajian Semiotika Elemen Estetik Pada Desain Interior Starbucks Dewata Di Seminyak Kuta Bali Berdasarkan Teori C. S. Peirce. *Jurnal Ilmiah Desain dan Konstruksi*, 20(1). <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/dekons/article/view/3463/2245>
- Seftianingsih, D. K., & Wibawa, P. D. (2024). Analisis Konsep Alam pada Medjora Cafe dan Pengaruhnya terhadap Atmosfer Ruang. *Rachana Interior*, 1(02), 113–124. <https://doi.org/10.33005/rachanainterior.v1i02.24>