

PENGUATAN IDENTITAS DESA MELALUI PERANCANGAN LOGO STUDI KASUS DESA LAKAT, TIMOR TENGAH SELATAN

Arief Y. Ndiwal¹, Ludgardis M.K. Ca², Alexandra C. D. Reis³, Andriano Bria⁴, Afrianto Saingo⁵, Seltiana A. Hibu⁶, Joaquina Felicia Saru⁷

¹⁻⁷Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Email: ariefndiwal03@gmail.com, ludgardismirlinda26@gmail.com,
sandrachristeria@gmail.com, andrybria17@gmail.com, riansaingo@gmail.com,
seltihibu@gmail.com, joaquinasaru@unwira.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat di Desa Lakat, Kecamatan Kuatnana, Kabupaten Timor Tengah Selatan, difokuskan pada perancangan logo desa sebagai identitas visual resmi. Kegiatan ini berangkat dari kebutuhan desa yang belum memiliki simbol sah untuk memperkuat legitimasi administratif sekaligus membangun citra kolektif masyarakat. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara dengan perangkat desa dan tokoh adat, lokakarya partisipatif, serta desain grafis kolaboratif. Hasil menunjukkan antusiasme warga dalam menyumbangkan ide simbolik yang berakar pada sejarah dan budaya lokal, seperti sonaf, jagung, dan motif tenun ikat Timor. Logo yang dihasilkan tidak hanya digunakan pada dokumen administratif dan papan nama desa, tetapi juga berfungsi sebagai alat branding yang berpotensi mendukung promosi wisata dan ekonomi kreatif. Program ini berhasil meningkatkan rasa memiliki dan kebanggaan masyarakat, sekaligus menegaskan pentingnya identitas visual sebagai modal sosial bagi pembangunan desa.

Kata Kunci: Logo Desa, Identitas Visual, Branding Desa, Budaya Lokal

ABSTRACT

The community service program in Lakat Village, Kuatnana District, South Central Timor Regency, focused on designing an official village logo as a visual identity. This initiative emerged from the village's need for a legitimate symbol to strengthen administrative legitimacy while fostering a collective community image. The methods applied included observation, interviews with village officials and traditional leaders, participatory workshops, and collaborative graphic design. The results demonstrated strong community enthusiasm in contributing symbolic ideas rooted in local history and culture, such as the *sonaf*, corn, and Timorese ikat weaving motifs. The resulting logo is not only utilized for administrative documents and village signage but also serves as a branding tool with potential to support tourism promotion and the creative economy. The program successfully enhanced the community's sense of ownership and pride while emphasizing the importance of visual identity as social capital for village development.

Keywords: *Village Logo, Visual Identity, Village Branding, Local Culture*

PENDAHULUAN

Identitas desa bukan sekadar tanda pengenal administratif, tetapi juga wahana penggambaran nilai-nilai, sejarah, dan potensi masyarakat. Keberadaan logo sebagai identitas visual desa ini memiliki daya strategis, sebab dapat memperkuat legitimasi pemerintahan desa, menumbuhkan kepercayaan rakyat, serta membangun citra positif desa di hadapan pihak di luar desa.

Identitas visual desa termasuk logo semakin penting dalam konteks persaingan promosi dan branding desa di era digital. Desa-desa di Indonesia mulai menyadari bahwa logo bukan sekadar simbol administratif, melainkan alat strategis yang dapat memperkuat rasa memiliki warga dan meningkatkan daya tarik luar desa. Misalnya, Desa Ranotongkor Timur berhasil

memperkuat identitasnya melalui pembuatan website dan logo sebagai media digital promosi, yang meningkatkan rasa bangga dan partisipasi masyarakat dalam mempromosikan desa mereka (Maleke et al, 2025).

Logo termasuk dalam *branding* dipandang sebagai identitas produk yang dibangun melalui strategi, sehingga menciptakan persepsi positif dan nilai tambah bagi konsumen. Elemen khas seperti logo, desain kemasan, warna, dan tipografi menjadi faktor penting yang membuat suatu brand mudah diingat (*brand minded*) oleh konsumen. Hasil PKM di Sindanglaut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan branding tidak hanya memberi keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan pengetahuan serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk di era digital (Kustini, Fauzi & Simangunsong, 2023). Menurut Nugroho dan Ayuswantana (2023), perancangan logo dan standar manual grafis berperan penting dalam membangun citra identitas BUMDes, karena identitas visual yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat brand desa.

Desa Lakat merupakan desa yang terletak di Kecamatan Kuantana di Kabupaten Timor Tengah Selatan provinsi Nusa Tenggara Timur (Wikipedia, 2023). Desa Lakat memiliki kisah panjang yang bersambung dengan sejarah Kerajaan Nope parkil di Niki-Niki. Di sela perjalanan waktu, sosok Fetol Boy Isu muncul dan dengan lembaga adat yang dipimpinnya membangun kerangka budaya yang masih terasa. Di antara tiruan kisah dan tradisi, desanya pernah butuh logo, tetapi hingga hari ini belum disokong tanda visual resmi, logo yang sekadar tertera dengan makna, sehingga administrasi, sosialisasi, dan promosi potensi lokal terhambat.

Beberapa penelitian terkini menunjukkan bahwa visual branding desa termasuk logomempunyai peran penting dalam memperkuat identitas desa dan meningkatkan daya tarik untuk wisata dan ekonomi kreatif. Misalnya, dalam *Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo*, Zai (2025) menjelaskan bahwa elemen-elemen budaya lokal seperti motif dan tradisi dapat diintegrasikan ke dalam logo dan materi promosi untuk mencerminkan karakter desa sekaligus meningkatkan citra wisata dan keberlanjutan desa. Selain itu, perancangan logo di Desa Sitalang yang difokuskan pada ekowisata berhasil memberikan identitas visual baru yang mendorong desa menjadi destinasi yang lebih kompetitif (Triyono et al., 2022).

Pembangunan identitas visual melalui redesain logo Desa Timbang Jaya terbukti menjadi strategi efektif dalam memperkuat branding pariwisata desa dan meningkatkan pengakuan publik terhadap identitas lokal (Harahap & Nainggolan, 2025). Sasaran relevan kegiatan bukan sekadar menghaluskan logo, tetapi meneguk simbol sejarah, tradisi, dan potensi Desa Lakat ke dalam circle melambak berisi bentang biru dan embun gunung. Ketika tanda terlahir di waktu dan di tangan orang Lakat, program juga menandai laga logos, dan miosnya makna menghujahkan kian menci dalam bentangan warna.

METODE KEGIATAN

Pengabdian masyarakat ini mengadopsi pendekatan partisipatif, memfokuskan seluruh rangkaian kegiatan pada keterlibatan masyarakat di setiap tahap. Metode yang diterapkan antara lain: **Tahapan pertama** adalah tahap persiapan, tim pengabdian mulai melakukan pengamatan lapangan. Tim melakukan observasi tertuntut terhadap unsur sosial, budaya, dan lanskap fisik di Desa Lakat. Tujuannya adalah untuk mendeteksi potensi lokal yang dapat diangkat menjadi elemen representatif pada logo desa. **Tahap yang kedua** yaitu tim pengabdian melakukan wawancara mendalam dengan perangkat desa Lakat, wawancara dilakukan secara semi-struktural imana dilaksanakan dengan mewawancarai seluruh perangkat desa, dan tokoh adat di desa Lakat. Proses ini menggali makna dan ceritra yang tersimpan di setiap simbol kebudayaan. **Tahapan yang ketiga** adalah tahap pelaksanaan, tim pengabdian melakukan sesi desain dan perancangan logo sesuai hasil wawancara dan mengimplementasikannya ke dalam logo desa, melalui media gambar, masyarakat mencurahkan ide simbolik yang dianggap dapat

mencerminkan identitas desa, seperti bentuk sonaf, aneka hasil pertanian, dan motif tenun ikat. **Tahapan yang ke empat**, logo yang telah dirancang dipresentasikan pada warga untuk meminta umpan balik dan masukan. Dan **tahapan yang kelima** adalah validasi dan finalisasi, tim pengabdian melakukan revisi desain yang telah disepakati kemudian disetujui resmi oleh pemerintah desa, menjadi logo yang sah, diterima dan diakui.

LOKASI KEGIATAN

Kegiatan dilaksanakan di kantor desa Lakat, Kecamatan Kuantana, Kabupaten Timor Tengah Selatan, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

PESERTA

Peserta yang terlibat dalam kegiatan wawancara sampai validasi dan finalisasi logo adalah perangkat desa dan tokoh adat desa Lakat terdiri dari kepala desa, sekretaris desa serta jajarannya masyarakat, dalam keseluruhan proses dari wawancara dan penyerahan simbolis logo kepada desa Lakat, berjumlah 45 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan logo Desa Lakat dapat dipandang dalam kerangka yang lebih luas, yakni sebagai upaya membangun identitas desa melalui media visual yang otentik. Hadapiningrani (2021) menekankan bahwa perancangan ulang logo Desa Wisata Purwosari pascapandemi menjadi penting untuk menghadirkan wajah baru destinasi. Hal ini sejalan dengan kondisi Desa Lakat yang juga memerlukan simbol segar dan representatif agar mampu bersaing dalam mengomunikasikan identitasnya.

Proses partisipatif yang ditempuh di Desa Lakat mengingatkan pada penelitian Marwa et al. (2024) mengenai pembuatan logo desa Wanurejo, yang menegaskan bahwa proses kreatif yang melibatkan warga dapat menghadirkan desain logo yang tidak hanya estetis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai lokal. Keterlibatan masyarakat Lakat dalam setiap tahapan desain memberi bobot sosial sekaligus legitimasi terhadap hasil akhir.

Lebih jauh, studi Wicaksana & Linggasani (2023) di Desa Sakti, Nusa Penida, menunjukkan bahwa visual branding berupa logo dan media pendukung dapat meningkatkan daya tarik wisata. Logo Desa Lakat, jika diintegrasikan dalam strategi promosi pariwisata dan ekonomi kreatif, berpotensi menjadi pintu masuk pengembangan paket wisata, festival budaya, maupun pemasaran produk UMKM desa.

Triwiyana & Murtono (2018) juga menegaskan pentingnya menggali potensi lokal sebagai sumber ide identitas visual. Identitas desa yang kuat dapat menjadi modal promosi wisata yang lebih otentik. Hal ini meneguhkan bahwa simbol-simbol khas Lakat baik dari tradisi, lanskap, maupun kekhasan budaya Timor perlu terus dimunculkan dalam desain logo agar memiliki diferensiasi yang kuat. Pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat menggambarkan bahwa warga Desa Lakat menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap kebutuhan identitas visual.



Sumber Gambar : Hasil Desain Tim Pelaksana (2025)

Gambar 1. Logo Desa Lakat

Lokakarya yang dilaksanakan berhasil menarik beragam gagasan simbolik berisi makna. Elemen utama yang terintegrasi dalam logo meliputi:

1. Gunung pada bagian atas logo menggambarkan Sonaf yang berfungsi sebagai representasi kekuasaan Raja Nope dan sekaligus pengingat sejarah kepala pemerintahan tradisional.



2. Simbol berbentuk tombak/motif segitiga kecil di dalam gunung melogokan kekuatan, perlindungan, dan peran Fetol Boy Isu sebagai pemimpin adat.



3. Empat elemen daun besar yang mengelilingi bagian tengah logo menggambarkan empat unsur marga (Bell, Faot, Bety, Nubatonis) yang menunjukkan harmoni dan kesatuan empat marga utama yang membentuk secara garis besar Daerah SUPUL, NOEMINAK dan sekitarnya. Daun-daun ini menyatu secara seimbang sebagai simbol kekerabatan, gotong royong, dan kedamaian antar marga.



4. tiga elemen setengah lingkaran besar yang berwarna kuning menggambarkan tiga unsur marga (ISU, SELAN dan NESIMNASI) elemen ini menggambarkan keharmonisan dan kesatuan tiga marga utama yang membentuk struktur sosial di Desa Lakat. Motif Tenun Timor mewakili kebijaksanaan lokal dan kebanggaan masyarakat terhadap budayanya.



5. Jagung dan daun-daun di sekitar. Jagung tergambar jelas di bagian tengah sebagai ikon utama hasil pertanian masyarakat. Warna kuning dan bentuk oval dengan pola zigzag menunjukkan kekayaan alam, hasil bumi, dan ketahanan pangan lokal. Daun-daun di

sekitar jagung mewakili ubi, sayuran, dan tanaman umbi-umbian yang menjadi komoditas pertanian penting di desa ini



- Motif geometris kecil di bagian bawah logo (berbentuk persegi) menggambarkan motif kain tenun ikat khas Timor. Bentuk ini mewakili kekayaan budaya dan peran penting perempuan dalam melestarikan warisan lokal melalui seni menenun.



Metode partisipatif terbukti berhasil dalam memperkuat rasa memiliki. Seluruh proses, mulai dari penggalian ide, penawaran simbol, sampai penerimaan logo final, ditunjukkan lewat kemeriahan warga. Logo final ini akan diadaptasi dalam beragam kebutuhan, mulai dari dokumen administrasi, papan nama kantor desa, pengumuman kegiatan, hingga eksistensi di media sosial desa Lakat.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)

Gambar 2. Rangkaian Kegiatan Perancangan Logo Desa Lakat

Pembahasan lebih dalam menunjukkan bahwa kegiatan ini melahirkan tidak sekadar produk visual, melainkan juga proses sosial yang menguatkan solidaritas antar-warga. Keterlibatan dalam desain logo menyisakan efek psikologis berupa kebanggaan kolektif. Tantangan utama yang muncul adalah, pada awalnya, terdapat beragam pendapat terhadap simbol yang akan diusung. Musyawarah akhirnya mencapai kesepakatan yang dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam program ini kami menyoroti kebutuhan komunitas untuk membangun simbol ekonomi dan budaya yang berkelanjutan. Hasil kegiatan juga menegaskan pendapat bahwa identitas lokal berfungsi sebagai modal sosial untuk kemajuan desa.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk merancang logo desa Lakat telah memenuhi maksud untuk menciptakan identitas visual desa yang mencerminkan partisipasi dan makna. Hasil logo bukan hanya simbol administrasi, tetapi pula alat penguat ikatan sosial, kebanggaan masyarakat, dan citra positif desa.

Keunggulan program ini terletak pada partisipasi yang mengambil aspirasi masyarakat sebagai referensi utama. Keterbatasan waktu menjadi penghalang tersedianya detail yang memuaskan untuk setiap masukan. Oleh sebab itu, rencana pengembangan mendatang perlu memperluas eksploitasi logo pada ranah pariwisata, ekonomi kreatif, serta branding desa untuk strategi promosi potensi lokal.

SARAN KEGIATAN LANJUTAN

Penguatan branding desa dapat diwujudkan melalui riset lanjutan tentang bagaimana logo dipadukan dengan slogan atau tagline desa serta memastikan konsistensi penerapannya di berbagai media, baik offline maupun online. Logo juga perlu diintegrasikan dengan potensi pariwisata dan ekonomi kreatif, misalnya menjadi pintu masuk untuk paket wisata, produk UMKM, maupun festival budaya, dengan mencontoh desa lain yang sukses menjadikan simbol visual sebagai daya tarik.

Dari sisi akademis, temuan ini dapat dikaitkan dengan teori modal sosial, identitas kolektif, dan *place branding*, dilengkapi rujukan literatur agar lebih kuat secara ilmiah. Evaluasi jangka panjang dapat dilakukan melalui survei kepuasan masyarakat pasca-implementasi logo untuk menilai dampaknya terhadap partisipasi warga, citra desa, serta potensi investasi. Ke depan, program dapat dikembangkan melalui pelatihan desain sederhana bagi pemuda desa agar mampu membuat turunan visual, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah dan perguruan tinggi guna memperkuat strategi branding desa secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Hadapiningrani, R. (2021). Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 692-701.
- Harahap, A. R. H., & Nainggolan, E. P. (2025). Redesain Logo sebagai Strategi Branding Desa Wisata Timbang Jaya: Membangun Identitas Visual yang Autentik. *Khidmat*, 3(1), 86-92.
- Kustini, E., Fauzi, R. D., & Simangunsong, R. R. (2023). Penerapan Branding Product Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Selitar Desa Sindanglaut Kecamatan Carita Kabupaten Padeglang Banten. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 51-54.

- Maleke, M., Mangerongkonda, G., Ludani, M. Y., Gosal, H., Raube, J., Oley, J., ... & Gumiro, A. (2025). Memperkuat Identitas Desa Melalui Pembuatan Website Dan Logo Untuk Memperkenalkan Dan Mempromosikan Desa Ranotongkor Timur. *Hospitalitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 36-40. <https://doi.org/10.70420/hospitalitas.v2i1.71>
- Marwa, M. H., Fedrianingsih, D., Alen, S., & Fami, A. (2024). Pembuatan Logo Desa Wanurejo sebagai Media dalam Pembelajaran Mata Kuliah Aplikasi Desain Grafis di Sekolah Vokasi IPB. *GESTALT: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 69-78. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i1.164>
- Nugroho, D. C., & Ayuswantana, A. C. (2023). Perancangan logo dan standar manual grafis untuk membangun citra identitas Badan Usaha Milik Desa Sukses Bersama Simpang. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 331-341. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v1i4.467>
- Triwiyana, J. dan Murtono (2018). Potensi Desa Sebagai Sumber Ide Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Desa Wisata Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten (Doctoral dissertation, FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN) <https://doi.org/10.33153/citrawira.v1i1.3306>
- Triyono, A., Satria, C. Y., Indrayani, H., & Adham, M. A. R. (2024). Perancangan visual branding Desa Wisata Sitalang dalam membentuk identitas destinasi berbasis ekowisata. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(3), 464-477. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i03.11372>
- Wicaksana, A., & Linggasani, A. W. (2024). Pengabdian masyarakat perancangan visual branding Desa Sakti sebagai daya tarik wisata Nusa Penida. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 7(2), 217-227. <https://doi.org/10.30737/jaim.v7i2.5200>
- Wikipedia Bahasa Indonesia. (2023, 28 November). *Lakat, Kuatnana, Timor Tengah Selatan*. diakses tanggal 09 bulan September tahun 2025, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Lakat, Kuatnana, Timor Tengah Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Lakat,_Kuatnana,_Timor_Tengah_Selatan)
- Zai, K. T. (2025). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo. *Jurnal Visual Ideas*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol5.iss1.2025.2396>