

EKSISTENSI FIGUR SEMAR PADA MEDIA VISUAL LOGO STUDI KASUS: LOGO ANGKRINGAN KHAS JOGJA SEMAR

Yayah Rukiah¹, Ranang Agung Sugihartono², Sarwanto³, Sunardi⁴.

Program Studi Seni Program Doktor Pascasarjana, Pengkajian Seni, Institut Seni Indonesia, Surakarta

Email: rukiah.yayah13@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian untuk mengkaji eksistensi figur Semar pada media visual logo, dengan studi kasus pada logo Angkringan Khas Jogja Semar. Figur Semar, sebagai ikon budaya Jawa yang kaya akan makna filosofis, dieksplorasi representasinya dalam konteks branding bisnis kuliner tradisional, yaitu angkringan. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini mengidentifikasi dan menginterpretasikan elemen-elemen visual pada logo Angkringan Khas Jogja Semar yang merepresentasikan figur Semar. Hasil analisis menunjukkan bahwa visual Semar dalam logo tersebut mengadaptasi karakteristik tradisionalnya untuk membangun identitas visual yang kuat dan membedakan angkringan ini dari yang lain. Representasi Semar tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik visual, tetapi juga membawa konotasi nilai-nilai Jawa seperti kesederhanaan, kearifan lokal, dan kedekatan dengan masyarakat, yang selaras dengan citra angkringan sebagai ruang sosial dan kuliner yang inklusif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan figur Semar dalam logo Angkringan Khas Jogja Semar secara efektif memperkuat eksistensi merek, membangun identitas visual yang unik, serta memanfaatkan kekayaan budaya lokal sebagai elemen pembeda dalam lanskap bisnis kuliner Yogyakarta.

Kata Kunci: figur Semar, eksistensi, logo, kuliner tradisional, budaya lokal

Abstract

The purpose of this study is to examine the existence of the Semar figure in visual media logos, with a case study of the Angkringan Khas Jogja Semar logo. The Semar figure, as a Javanese cultural icon rich in philosophical meaning, is explored in the context of branding for traditional culinary businesses, namely angkringan. Through a qualitative approach using the case study method, this research identifies and interprets the visual elements in the Angkringan Khas Jogja Semar logo that represent the figure of Semar. The analysis results show that the visual representation of Semar in the logo adapts its traditional characteristics to build a strong visual identity and distinguish this angkringan from others. The representation of Semar not only serves as a visual attraction but also carries connotations of Javanese values such as simplicity, local wisdom, and closeness to the community, aligning with the angkringan's image as an inclusive social and culinary space. This study concludes that the use of the Semar figure in the Angkringan Khas Jogja Semar logo effectively strengthens the brand's presence, builds a unique visual identity, and leverages local cultural richness as a distinguishing element in Yogyakarta's culinary business landscape.

Keywords: Semar figure, existence, logo, traditional culinary, local culture

Correspondence author: Yayah Rukiah, rukiah.yayah13@gmail.com, Surakarta, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Dalam tradisi pewayangan, Semar sering diangkat sebagai figur yang merepresentasikan kompleksitas makna kehidupan. Tokoh ini dikenal luas karena nilai-nilai moral dan ajaran etis yang diusungnya, yang berkontribusi signifikan dalam membina harmoni sosial, terutama di tengah keberagaman masyarakat yang heterogen (Izzati, 2017 dalam Setyaputri, 2024). Semar merupakan pembimbing spiritual para Pandawa. Meskipun tampilannya tampak sederhana dan kurang menarik, ia merepresentasikan nilai-nilai kebaikan. Ia dikenal memiliki kekuatan luar biasa, pengetahuan yang luas, serta jiwa yang penuh kebijaksanaan.

Figur Semar dalam budaya Jawa bukan hanya salah satu karakter wayang kulit yang terkenal, tetapi juga mengandung makna yang dalam dan berfungsi sebagai ikon budaya. Semar adalah representasi dari kebijaksanaan, spiritualitas, dan hubungan masyarakat dengan nilai-nilai kearifan lokal. Dalam konteks ini, Semar dapat dilihat sebagai simbol yang membawa nilai-nilai sufistik yang penting, seperti yang diungkapkan oleh Hana dan Yusuf (2021), yang menunjukkan bahwa nilai-nilai dalam karakter Semar memiliki implikasi filosofis dan pedagogis dalam pendidikan Islam.

Dari sudut pandang simbolis, makna simbolik yang terdapat dalam karakter Semar sebagai cerminan pengaruh Islam dalam budaya Jawa (Subarkah & Ayundasari, 2021). Karakter Semar menggabungkan elemen spiritual dari konteks Islam dan budaya lokal, sehingga menciptakan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara agama dan adat di Jawa. Semar dapat diinterpretasikan sebagai jembatan antara tradisi dan modernitas, menjadikannya simbol yang relevan untuk masyarakat yang ingin menjaga akar budaya sambil beradaptasi dengan perkembangan zaman. Saat ini, figur Semar banyak digunakan sebagai ikon pada media visual khususnya logo.

Peran media visual, khususnya logo, sangat penting untuk membangun identitas dan daya tarik bisnis. Dalam konteks pemasaran dan *branding*, identitas visual merupakan salah satu fungsi dari logo, dan juga untuk membedakan suatu merek dari pesaing lain. Logo dan *tagline* memiliki kekuatan yang signifikan dalam *branding* kota, yang dapat diterapkan dalam konteks bisnis untuk meningkatkan pengenalan merek (Ismiati & Rachman, 2023). Dengan identitas visual yang kuat dapat mendukung keberhasilan pemasaran dan meningkatkan ekuitas merek.

Identitas merek terdiri dari berbagai elemen visual, termasuk logo, yang mencerminkan visi, misi, dan karakteristik unik perusahaan (Widyasari, dkk., 2023). Signifikansi dari logo dalam menarik perhatian dapat ditegaskan oleh Godlewski dan Zalech, yang menunjukkan bahwa perhatian konsumen terhadap logo berhubungan dengan kesadaran mereka tentang manfaat merek (Godlewski & Zalech, 2022). Dengan kata lain, logo yang dirancang dengan baik tidak hanya menarik perhatian tetapi juga meningkatkan kesan positif dari merek pada konsumen.

Peran media visual logo sangat krusial dalam membangun identitas dan daya tarik sebuah bisnis. Logo merupakan representasi visual yang menampung esensi dari merek, menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, serta berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan preferensi terhadap merek tersebut. Oleh karena itu, perancangan logo harus dilakukan secara cermat, mempertimbangkan berbagai elemen visual yang dapat mempengaruhi persepsi dan hubungan konsumen dengan merek.

Fenomena penggunaan simbol budaya lokal dalam *branding*, terutama pada bisnis kuliner, merupakan strategi yang semakin banyak diterapkan untuk menciptakan keunikan dan daya tarik yang kuat di mata konsumen. Makanan tradisional yang mengandung unsur budaya lokal seringkali menjadi nilai jual yang sangat berharga dan dapat mendorong kesadaran serta apresiasi terhadap warisan budaya di suatu daerah.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menciptakan *branding* berbasis budaya lokal adalah dengan merancang identitas visual yang mencerminkan karakteristik makanan tradisional.

Menurut Rokhman & Haswanto (2024), makanan tradisional sering kali ditandai dengan penggunaan bahan baku lokal yang unik dan khas bagi suatu komunitas, sehingga dapat diintegrasikan dalam *branding* yang kuat untuk mengkomunikasikan keaslian produk kepada konsumen. Dengan melibatkan elemen-elemen visual yang mendukung, seperti logo dan desain kemasan yang mencolok, bisnis kuliner dapat membangun identitas yang jelas dan menarik.

Fenomena penggunaan simbol budaya lokal dalam *branding* bisnis kuliner menekankan pentingnya integrasi antara produk makanan dengan nilai-nilai budaya yang melekat di masyarakat. Dengan pendekatan yang memadukan elemen-elemen budaya dalam identitas merek, bisnis dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan ikatan emosional yang lebih dalam. Hal ini penting untuk memperkuat posisi bisnis dalam pasar yang semakin kompetitif, serta untuk melestarikan dan merayakan keberagaman budaya lokal. Salah satunya adalah angkringan Semar yang berlokasi di Pakansari Cibinong, Bogor. Pemilihan Angkringan Khas Jogja Semar pada penelitian ini dikarenakan logo dan merek angkringan ini sudah terdaftar di Kemenkumham.

Angkringan merupakan bagian penting dari lanskap kuliner dan sosial di wilayah Yogyakarta, berfungsi sebagai representasi dari budaya lokal sekaligus sebagai ruang interaksi sosial masyarakat. Keberadaan angkringan, yang dikenal sebagai tempat berkumpul dan menikmati makanan sederhana dengan harga terjangkau, menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan akrab di kalangan masyarakat. Angkringan tidak hanya sekadar tempat makan, tetapi juga simbol budaya dan bagian dari ketahanan komunitas dalam menghadapi modernisasi dan gentrifikasi yang mengancam tradisi kuliner lokal (Rahman, dkk., 2024).

Angkringan tidak hanya berbicara tentang makanan, tetapi juga tentang nilai-nilai sosial, ekonomi, dan budaya yang dikonstruksi melalui interaksi harian di ruang publik. Dengan mempertahankan otentisitas sambil beradaptasi dengan perubahan zaman, angkringan bisa bertahan dan sekaligus mampu berkontribusi pada kelangsungan budaya serta kesejahteraan masyarakat di Yogyakarta maupun di daerah lain.

METODE PENELITIAN

Studi tentang Angkringan Khas Jogja Semar sebagai bagian dari lanskap kuliner dan sosial menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana elemen budaya lokal diintegrasikan dalam *branding* dan operasional bisnis kuliner ini. Mengingat keunikan angkringan sebagai simbol sosial yang mencerminkan karakter masyarakat Yogyakarta, penelitian ini difokuskan pada beberapa aspek penting seperti desain logo, jenis makanan yang ditawarkan, dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk memperoleh data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Studi kasus memungkinkan peneliti menggali suatu fenomena secara intensif dalam konteks waktu dan aktivitas tertentu dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data secara mendalam selama periode yang telah ditentukan (Cresswell 1998 dalam Assyakurrohim, dkk., 2022). Pendekatan kualitatif ini akan memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika di dalam Angkringan Khas Jogja Semar dan bagaimana elemen-elemen budaya lokal diinterpretasikan dan diimplementasikan dalam *branding* dan operasional sehari-hari. Wawancara dilakukan dengan Tio selaku pemilik Angkringan Khas Jogja Semar di cabang Pakansari Cibinong Bogor, juga observasi dan mendokumentasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Figur Semar

Semar Badranaya atau Ki (Kyai) Lurah Semar adalah nama tokoh punakawan yang paling utama dalam pewayangan Jawa dan Sunda. Semar adalah satu tokoh simbolik istimewa, karena tokoh ini memiliki hubungan yang rumit dengan berbagai nilai dan kepercayaan dalam kebudayaan Jawa, daya kekuatan Semar adalah kebijaksanaan (Sumukti, 2006).

Di dunia pedalangan, pecinta Semar dan para dalang berpendapat, bahwa Semar berasal dari kata “samar” yang berarti “samar-samar”, tidak jelas, meragukan, penuh rahasia, penuh teka-teki, atau bisa dibilang Semar itu misterius. Kata “samar” berasal dari pokok kata “mar” yang

mendapat awalan “sa” menjadi “samar”, atau dari kata “sar” yang berarti Cahaya yang kemudian mendapatkan sisipan “am” menjadi “samar”. Jadi Samar berarti sesuatu yang mengeluarkan cahaya. Dalang mengartikan Semar adalah manusia yang sudah tidak “samar” lagi atau tidak ragu-ragu lagi terhadap segala sesuatu.

Semar memiliki bentuk fisik yang sangat unik, bentuk badannya merupakan simbol dari penggambaran jagad raya. Tubuhnya yang bulat merupakan simbol dari bumi, tempat tinggal umat manusia dan makhluk lainnya. Bibir Semar selalu tersenyum, tetapi bermata sembab, selalu bersedih. Ini merupakan penggambaran suka dan duka. Wajahnya keriput, tua tapi potongan rambutnya bergaya kuncung seperti anak kecil, ini sebagai simbol tua dan muda. Semar berkelamin laki-laki, tetapi memiliki payudara yang besar menyerupai payudara Perempuan, sebagai simbol pria dan wanita. Ia merupakan jelmaan dewa tetapi hidup sebagai rakyat jelata, dan ini sebagai simbol atasan dan bawahan (Kresna, 2012; Mulyono, 1989; Sudardi, 2012). Uraian penggambaran bentuk Semar di atas terlihat pada gambar wayang Semar dibawah ini (gambar 1).



Gambar 1. Semar karya Ki Bambang Suwarno
Sumber: Koleksi Ki Bambang Suwarno, foto: Rukiah, 2023

Kuliner

Usaha di bidang kuliner merupakan salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Keberadaannya sangat melekat dalam kehidupan masyarakat, mengingat produk makanan dan minuman yang ditawarkan menjadi bagian dari kebutuhan pokok dalam aktivitas sehari-hari. (Sardanto & Ratnanto, 2026 dalam Kusumastuti & Kusuma, 2022). Angkringan adalah sebuah konsep warung atau tempat makan yang berasal dari Yogyakarta, Indonesia, dan dikenal sebagai ruang santai di mana masyarakat dapat berkumpul untuk menikmati berbagai makanan dan minuman lezat dengan harga yang terjangkau. Istilah "angkringan" diambil dari kata "angkring" yang berarti "berhenti" atau "berdiri," merujuk pada cara tradisional pedagang yang menjajakan makanan mereka dengan menggunakan gerobak yang umumnya terletak di pinggir jalan atau di tempat umum.

Angkringan menyajikan berbagai menu, namun biasanya dikenal dengan menu yang khas seperti nasi kucing (nasi kecil yang disajikan dengan berbagai lauk), gorengan, sate usus, dan minuman seperti wedang jahe. Masyarakat sering menjadikan angkringan sebagai tempat bersosialisasi dan berbagi cerita, di mana interaksi sosial terjadi dalam suasana akrab. Fenomena ini menjadikan angkringan sebagai bagian integral dari budaya masyarakat wilayah setempat, sekaligus berfungsi sebagai pusat interaksi sosial yang vital.

Selain dari segi fungsi sosial, angkringan juga menjadi simbol budaya kuliner yang kaya. Penggunaan konsep ini dapat dilihat dari cara angkringan menghadirkan nuansa tradisional yang melibatkan elemen-elemen budaya lokal, seperti penggunaan nama khas, menu yang berkaitan dengan tradisi, dan suasana yang memikat. Angkringan berfungsi sebagai wadah representasi budaya yang ditampilkan dalam program-program yang terkait dengan warisan budaya (Ramadhan & Suranto, 2022). Angkringan berperan dalam menyajikan makanan yang sering kali mengandung nilai-nilai budaya dan tradisi, sehingga wisatawan dan masyarakat lokal bisa merasakan pengalaman kuliner yang tidak hanya sekadar menikmati makanan, tetapi juga menghargai warisan budaya yang ada.

Angkringan Khas Jogja Semar

Angkringan Khas Jogja Semar ini merupakan pelopor angkringan di Kota Bogor dan saat ini sudah memiliki beberapa cabang yang tersebar di Kota Bogor, yaitu cabang Pakansari Cibinong, cabang Tanah Baru dan cabang Museum Peta. AKJ Semar didirikan pada tahun 2013 oleh Tio yang merupakan asli berasal dari Bogor. Hasil wawancara dengan pak Tio, beliau mendirikan AKJ Semar ini karena pada saat kuliah melihat banyaknya angkringan yang ada di Yogyakarta dan belum ada di Kota Bogor, oleh sebab itu angkringan ini merupakan pelopor di Kota Bogor. Pemilihan nama Semar dikarenakan karakter sosok Semar yang memiliki filosofi yang bagus dan terkenal di masyarakat Jawa.

Perbedaan angkringan Semar ini dengan angkringan kebanyakan yang ada di Yogyakarta adalah konsep dari tempat usahanya. Angkringan di Yogyakarta lebih banyak masih tradisional. Angkringan tradisional merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang termasuk dalam kategori pedagang kaki lima. Secara umum, warung angkringan tradisional dijalankan sebagai usaha kecil milik perorangan yang dikelola secara mandiri tanpa keterlibatan manajemen profesional (Setiawan & Pahlevi, 2022). Salah satu kekuatan utama Angkringan Semar dalam mengembangkan usahanya terletak pada konsep angkringan modern yang diterapkannya. Angkringan ini mengedepankan sistem manajemen penjualan yang dikelola secara profesional, baik dari aspek pemasaran maupun operasional pelayanan terhadap pengunjung. Dengan menerapkan model pengelolaan yang menyerupai kafe dan lebih modern, Angkringan Semar memiliki strategi pemasaran dan pengelolaan yang terstruktur dan inovatif.

Logo AKJ Semar ini sudah diajukan merek di Kemenkumham dengan nomor permohonan JID2021075452 pada tanggal 3 November 2021. Logo pada gambar 2, merupakan logo yang didaftarkan merek di Kemenkumham dan sudah mengalami 3 kali perubahan.



Gambar 2. Logo dan Merek AKJ Semar

Sumber: <https://pdki-indonesia-api.dgip.go.id/storage/data-merek/application-brand/2021/11/03/cd8389b2-5c9b-485f-81c9-c4acffa5d041.jpg>

Pada gambar 3 menampilkan posisi dari logo AKJ Semar di bagian depan cabang Pakansari, Cibinong. Di sini hanya menampilkan logo dan *letter mark* yang bertuliskan Angkringan Semar tidak menggunakan kata “Khas Jogja”, ini dikarenakan lokasi angkringan di wilayah Jawa Barat. *Tagline* dari angkringan ini adalah “Menjaga Rasa”, menurut Tio (hasil

wawancara) menjelaskan menjaga rasa di sini adalah cita rasa angkringan yang ada di Yogyakarta disajikan di angkringan Semar ini dan juga di semua cabang sangat menjaga cita rasa ini.



Gambar 3. Tampilan Logo dan Merek AKJ Semar Outlet Cabang Pakansari

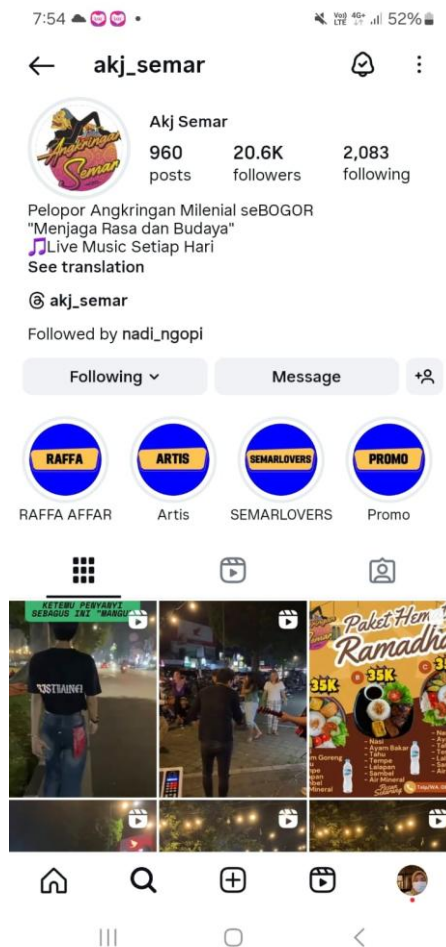
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Penempatan logo AKJ Semar pada bagian dalam outlet (gambar 4), posisi logo ini berada di dinding bagian belakang kasir. Bentuk logo berikut ini juga ada perbedaan yaitu, pada logo ini hanya bertuliskan Semar dengan ukuran *font* lebih besar juga tidak menggunakan kata Angkringan.



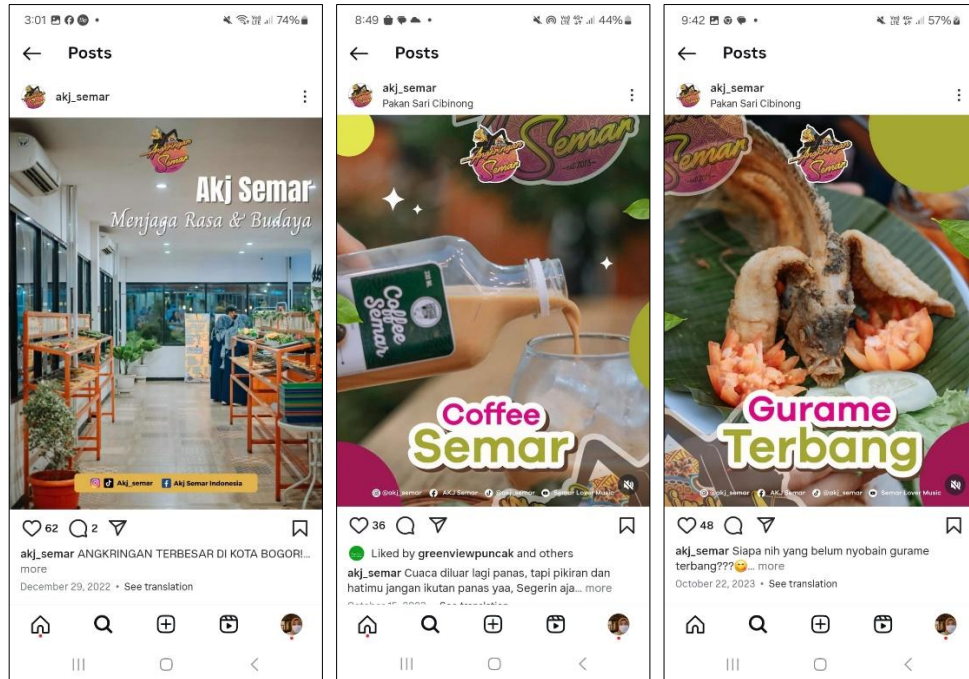
Gambar 4. Tampilan Logo dan Merek AKJ Semar di dalam ruangan
Sumber: Dokumen pribadi, 2023

Angkringan Khas Jogja Semar ini menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan informasi dan mempromosikan usahanya. Instagram adalah salah satu aplikasi untuk berbagi foto, menggunakan filter digital dan menyebarluaskan ke beberapa jejaring sosial lainnya, termasuk Instagram itu sendiri (Feroza & Misnawati, 2020). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, disertai dengan tingginya jumlah pengguna Instagram di Indonesia, telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform tersebut sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Akun *akj_semar* adalah akun Instagram milik Angkringan Khas Jogja Semar, akun ini sering membagikan foto dan video kegiatan kepada pelanggan. Untuk tampilan logo dan merek angkringan ini di media sosial Instagram terdapat pada gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5. Tampilan halaman profil AKJ Semar
Sumber: Dokumen pribadi, 2025

Gambar 5 merupakan tampilan halaman profil dari AKJ Semar pada Instagram, pada laman profil ini logo yang terlihat sama dengan yang terdaftar pada Kemenkumham. Logo terlihat figur semar dengan bagian bawah mulai dari perut sampai kaki tertutup dengan *shape* tiga seperempat lingkaran dengan motif batik sebagai *background* dan untuk *foreground* nya terdapat tulisan Angkringan Semar dengan warna kuning dengan gradasi orange dan *outline* hitam. Dalam memposting info-info ke dalam *Instagram Feed* logo selalu di tempatkan pada bagian atas gambar dengan posisi di tengah-tengah (gambar 6).



Gambar 6. Tampilan Feed Instagram AKJ Semar
Sumber: Dokumen pribadi, 2025

Angkringan Khas Yogya (AKJ) Semar dalam menata produk makanan yang dijual mengusung konsep angkringan pada umumnya, menggunakan wadah (nampan) plastik untuk menempatkan berbagai macam sate mulai dari sate kekinian seperti sosis, dumpling sampai sate usus ayam, kulit ayam, sate kikil, dan sebagainya. Sedangkan untuk nasi dibungkus dengan daun pisang untuk menjaga rasa dari nasi kucing dengan berbagai tambahan lauk didalamnya. Semua makanan sebelum disajikan dibakar terlebih dahulu dan diberi bumbu panggang yang mengugah selera, untuk minumannya AKJ Semar menyediakan teh manis dengan aroma the yang khas dan dipesan langsung dari Kota Malang dan sudah hasil uji coba rasa (gambar 7).





Gambar 7. Penataan Makanan
Sumber: Dokumen pribadi, 2025

SIMPULAN

Angkringan bukan sekadar warung sederhana, tetapi sebuah entitas yang menyatukan aspek kuliner, sosial, dan budaya yang kaya dalam satu kesatuan. Keberadaannya mencerminkan hubungan yang erat antara masyarakat dengan tradisi serta warisan lokal yang terus dijaga dan diperbarui. Logo Angkringan Khas Jogja Semar tidak hanya berfungsi sebagai elemen desain yang menarik secara visual, tetapi juga mengandung makna dan filosofi yang dalam. Melalui simbol Semar dan elemen desain lainnya, logo ini menciptakan identitas yang kuat yang mencerminkan kultur masyarakat sekitar serta memberikan pengalaman yang kaya bagi pengunjung. Penerapan desain logo yang efektif dapat menjadi strategi yang ampuh dalam mengoptimalkan *branding* di industri kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/1397/755>
- Godlewski, G. dan Zalech, M. (2022). Determinants of paying attention to the logos of online travel agencies. *Journal of Vacation Marketing*, 29(4), 584-601. <https://doi.org/10.1177/13567667221109271>
- Hana, R. dan Yusuf, M. (2021). Nilai-nilai sufistik tokoh wayang Semar dan implikasinya terhadap pendidikan Islam. *Potensia Jurnal Kependidikan Islam*, 7(1), 52. <https://doi.org/10.24014/potensia.v7i1.10343>
- Ismiati, D. dan Rachman, A. (2023). City branding of Kendal: regional imaging strategy through logo and tagline. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 181-191. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.181-191>
- Kresna, A. (2012). *Punakawan: Simbol kerendahan hati orang Jawa*. Yogyakarta: Narasi.
- Kusumastuti, R. D., & Kusuma, A. S. (2022). Angkringan Sebagai Ruang Publik Dan Sarana Interaksi Sosial Di Kota Bogor. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 91-105. <https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1850/895>
- Mulyono, S. (1989). *Apa dan Siapa Semar*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Setiawan, E. B., & Pahlevi, R. W. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Angkringan Herbal Dewuyung dengan Menggunakan Analisis SWOT. *JEMBA: Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 11-22.
<https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/1112>
- Setyaputri, N. Y. (2024). Karakter ideal konselor multibudaya berdasarkan nilai luhur semar. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(2), 15.
<https://citeus.um.ac.id/jkbk/vol2/iss2/15>
- Subarkah, M. dan Ayundasari, L. (2021). Islam-Jawa: makna simbolis seni pewayangan "tokoh semar". *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(7), 873-879.
<https://doi.org/10.17977/um063v1i7p873-879>
- Sudardi, B. (2012). *Peran dan Makna Semar Dalam Tradisi Nusantara*. Cetakan 1 Surakarta: UNS Press.
- Sumukti, T. (2006). *Semar Dunia Batin Orang Jawa* (Cetakan II). Yogyakarta: Penerbit Galangpress.
- Rahman, M., Ibad, M., & Wijayanti, G. (2024). Problematika angkringan tradisional (at) di yogyakarta: pembacaan kondisi empiris angkringan tradisional (at) menggunakan konsep modernitas dan gentrifikasi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1309.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.3653>
- Rokhman, B. dan Haswanto, N. (2024). Perancangan website kuliner pecel Madiun sebagai media pelestarian warisan budaya tak benda Indonesia. *Malcom Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 212-223.
<https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.1055>
- Widyasari, W., Priyanto, A., Putranto, A., & Estiasih, T. (2023). Redesain logo CV. Milknesia Nusantara sebagai identitas visual perusahaan. *Judikatif Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(2), 141-148. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v5i2.158>