



## Adaptasi bentuk Paksi Naga Liman pada logo klub motor R15CI@Cirebon

Ismail Bambang Subianto\*, Sunarmi

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

Jl. Ki Hajar Dewantara No.19, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, 57126, Jawa Tengah, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [subianto.ismail@gmail.com](mailto:subianto.ismail@gmail.com)

### Received:

15/12/2025

### Final Revision:

19/12/2025

### Accepted:

20/12/2025



This work is  
licensed under a  
[CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Abstrak.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis proses transformasi visual dan pelestarian makna budaya Paksi Naga Liman dalam redesain logo klub motor R15CI@Cirebon, serta mengkaji dampak budayanya melalui perspektif kenusantaraan Clifford Geertz dan teori kontak budaya Bronislaw Malinowski. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif interpretatif untuk mendeskripsikan evolusi artefak Paksi Naga Liman dari konteks sakral keraton menjadi identitas populer. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di Keraton Kanoman, studi pustaka, serta wawancara dengan keluarga Kesultanan Kanoman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa redesain logo R15CI@Cirebon menandai perubahan identitas komunitas yang signifikan, dari penggunaan simbol udang yang merepresentasikan komoditas ekonomi menjadi Paksi Naga Liman yang sarat nilai filosofis akulturasi budaya. Melalui teori kontak budaya Malinowski, penerapan ini bukan sekadar peniruan visual, melainkan strategi subkultur (budaya pasif) untuk meminjam otoritas sejarah dan filosofis dari budaya keraton (budaya aktif). Hal ini dilakukan guna membangun legitimasi sosial, memperkuat kohesi internal anggota, serta mengurangi stigma negatif yang sering melekat pada klub motor. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi Paksi Naga Liman ke dalam bentuk logo merupakan upaya revitalisasi makna yang efektif. Simbol budaya tidak hanya lestari di museum, tetapi juga dapat hidup dan relevan kembali melalui adaptasi dalam ranah profan.

**Kata kunci:** Logo, Paksi Naga Liman, R15CI@Cirebon, Transformasi, Kontak Budaya

### Abstract.

*This article aims to analyze the process of visual transformation and the preservation of the cultural meaning of the Paksi Naga Liman in the redesign of the R15CI@Cirebon motorcycle club's logo, as well as to examine its cultural impact through Clifford Geertz's Nusantara perspective and Bronislaw Malinowski's theory of cultural contact. This study employs a qualitative method with a descriptive-interpretative approach to describe the evolution of the Paksi Naga Liman artifact from its sacred palace (keraton) context into a popular identity. Data collection was conducted through direct observation at the Kanoman Palace, literature review, and interviews with the family of the Kanoman Sultanate. The findings indicate that the redesign of the R15CI@Cirebon logo marks a significant shift in community identity, moving from the use of a shrimp symbol representing an economic commodity to the Paksi Naga Liman, which is rich in philosophical values of cultural acculturation. Through the lens of Malinowski's theory of cultural contact, this application is not merely visual imitation, but rather a strategy of subculture (passive culture) to borrow historical and philosophical authority from the palace culture (active culture). This is undertaken to build social legitimacy, strengthen the internal cohesion of members, and reduce the negative stigma often associated with motorcycle clubs. The conclusion of this study affirms that the transformation of the Paksi Naga Liman into a logo constitutes an effective effort at meaning revitalization. Cultural symbols are not only preserved in museums but can also live and become relevant again through adaptation within the profane realm.*

**Keywords:** Logo, Paksi Naga Liman, R15CI@Cirebon, Transformation, Culture Contact

## Pendahuluan

Pada era teknologi informasi saat ini, logo banyak diterapkan sebagai penciri dari suatu entitas, mulai dari berskala besar hingga kecil, salah satunya klub motor. Secara sederhana, logo dapat diartikan sebagai gambar atau huruf yang memiliki makna tertentu dari suatu lembaga, perusahaan, daerah, organisasi, negara, dan lainnya yang membutuhkan sesuatu agar mudah diingat, serta mewakili makna yang terkandung di dalamnya (Fatoni & Jupriani, 2023, hal. 257). Simbol visual pada komunitas motor berfungsi sebagai penanda identitas sekaligus perekat solidaritas anggota. Pemilihan simbol yang positif dan berbudaya juga menjadi cara mereka menepis stereotip masyarakat yang sering melekatkan klub motor dengan kekerasan dan perilaku buruk. Logo merupakan gambaran grafis yang berbentuk ideogram, *symbol*, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah *brand* (Asnawi et al., 2025, hal. 1321). Klub motor biasanya banyak menerapkan elemen visual suku cadang dan elemen yang memiliki kedekatan dengan kendaraan sebagai penciri seperti piston, roda, gir, kunci, baut, bahkan bentuk visual kendaraan itu sendiri. Pada umumnya, klub motor identik dengan sesuatu hal yang maskulin (kelelakian), seperti kegarangan, keberanian, dan lain-lain (Candraningtyas & Prawiradiredja, 2017, hal. 247). Beberapa komunitas menampilkan visual yang menyeramkan pada logonya seperti menggunakan ilustrasi tengkorak dan api, hingga pemanfaatan warna hitam maupun merah, atau elemen lain yang biasanya digunakan ialah yang berkaitan dengan makna kebebasan seperti sayap seperti pada contoh gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Logo klub motor Brotherhood Indonesia

Sumber: <https://bikersbrotherhood1percentmc.com/>, diunduh pada 8 Desember 2025, pukul 16.22 WIB



Gambar 2. Logo klub motor Harley Davidson Club Indonesia – Banten Chapter

Sumber: <https://hdcibanten.org/selamat-datang-di-harley-davidson-club-indonesia-banten-chapter/>, diunduh pada 9 Desember 2025, pukul 08.55 WIB

Logo klub motor saat ini mengalami perkembangan dalam wilayah populer yang memanfaatkan elemen tradisi seperti yang diterapkan oleh Klub Motor R15Cl@Cirebon. Elemen tradisi yang digunakan pada logo klub motor tersebut, yaitu Paksi Naga Liman yang merupakan artefak budaya dari

Cirebon. Paksi Naga Liman kereta kencana yang menjadi salah satu pusaka penting bagi Kesultanan Cirebon, melambangkan perpaduan tiga kekuatan alam dan akulturasi budaya. Kereta ini menggabungkan tiga unsur mitologi: Paksi (Burung Garuda/ elang) melambangkan alam atas/ langit dan kekuatan udara, Naga melambangkan alam bawah/ udara dan kekuatan laut, dan Liman (Gajah) melambangkan alam darat dan kekuatan darat. Artefak ini mencerminkan kearifan lokal yang mengintegrasikan Islam, Hindu-Buddha, dan Tiongkok yang membentuk identitas Kesultanan Cirebon. Dalam konteks modern, bentuk visual Paksi Naga Liman telah diadopsi oleh berbagai entitas, salah satunya adalah Klub Motor R15CI@Cirebon. Namun, sebelumnya klub motor ini telah memiliki logo yang elemen visual utamanya memanfaatkan identitas lokal lain dari Cirebon, yaitu udang. Dengan kata lain, diduga telah terjadi perubahan identitas dalam entitas klub, dari yang sebelumnya mencerminkan komoditi ekonomi menjadi elemen tradisi.

Merujuk pada UU No.11 Tahun 2010 Cagar Budaya (BAB I pasal 1), kereta kencana Paksi Naga Liman bisa dikatakan salah satu warisan budaya benda, yang dapat dimanfaatkan dan didayagunakan untuk kepentingan sebesar-besarnya kesejahteraan rakyat dengan tetap mempertahankan kelestariannya, kemudian pada (BAB II pasal 4) Lingkup pelestarian Cagar Budaya meliputi perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan Cagar Budaya di darat dan di air (Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, 2010). Selain itu, termaktub dalam Keppres Nomor 84 tahun 1999 telah menetapkan (pasal 1) Pemanfaatan seni dan budaya bertujuan untuk meningkatkan Upaya pengembangan kepariwisataan dalam rangka peningkatan kesejahteraan Masyarakat, (pasal 2) Pemanfaatan seni dan budaya dilaksanakan oleh dan menjadi tanggung jawab Pemerintah baik Pusat maupun Daerah dan/atau Masyarakat (Habibie, 1999). Berdasarkan UU Cagar Budaya dan Keputusan Presiden tersebut, Paksi Naga Liman sebagai artefak budaya yang berasal dari masyarakat artinya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kepentingan masyarakat, tentu harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dengan memperhatikan etika, menjaga nilai dan norma-norma yang berlaku.

Beberapa penelitian yang membahas kereta kencana Paksi Naga Liman, di antaranya menyoroti bentuk kereta serta makna simbolis yang terdapat pada elemen-elemennya. Salah satu penelitian terdahulu berjudul “Kajian gaya ornamen dalam estetika hibriditas visual kereta kencana Singa Barong dan Paksi Naga Liman” oleh Sofiyawati (2017) menelaah desain kereta kencana tersebut melalui pendekatan teori estetika morfologi dan budaya. Sementara, penelitian yang berjudul “Transformasi digital sebagai strategi kenusantaraan warisan budaya: studi AI pada Kereta Kencana Paksi Naga Liman” oleh Wibawa (2024) fokus penelitiannya terhadap peran AI dalam mewujudkan visual Paksi Naga Liman melalui penyusunan *prompt*. Namun, belum ada penelitian yang berfokus pada adaptasi Paksi Naga Liman dalam bentuk logo. Artikel ilmiah ini akan menganalisis proses transformasi dan pelestarian makna Paksi Naga Liman dalam redesain logo Klub Motor R15CI@Cirebon melalui perspektif kenusantaraan Geertz dan teori kontak budaya Malinowski, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif interpretatif, yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap makna simbolik dan interpretasi kultural dari fenomena yang diteliti. Semua itu bertujuan mendeskripsikan secara rinci dan komprehensif mengenai evolusi artefak Paksi Naga Liman dalam logo klub motor, serta menganalisisnya berdasarkan perspektif kenusantaraan Geertz dan Malinowski. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung di Museum Pusaka Keraton Kanoman Cirebon untuk melihat artefak asli Paksi Naga Liman, visualisasi logo Klub Motor R15CI@Cirebon didapatkan melalui web resmi klub motor tersebut sebagai data primer, dan data sekunder dari sumber pustaka, artikel ilmiah, dan publikasi yang membahas filosofi Paksi Naga Liman, serta data pendukung didapat melalui wawancara kepada salah seorang keluarga Keraton Kanoman Elang Abas yang juga merupakan adik ipar dari Sultan Anom Kanoman VIII.

## Hasil dan Pembahasan

### Kereta Kencana Paksi Naga Liman

Paksi Naga Liman sejatinya merupakan dekorasi kendaraan Sultan Cirebon yang saat ini berada di museum pusaka Keraton Kanoman, wujudnya terbentuk dari tiga entitas yang berbeda, masing-masing mewakili tiga kultur berbeda pula. Wujudnya merupakan penggabungan dari tiga unsur hewan yang hidup di tiga alam berbeda, Paksi (dunia atas/ langit), Naga (dunia bawah/ air), dan Liman (dunia tengah/ darat) (Fikriyyati & Suardana, 2020, hal. 210). Wujud hibrid tersebut kemudian ditransformasikan pada kereta kencana kesultanan sebagai bentuk representasi visual yang kaya akan makna akulturasi budaya dari berbagai peradaban yang memengaruhi Cirebon, terutama Hindu/ Budha, Tiongkok, dan Islam.



Gambar 3. Kereta Kencana Paksi Naga Liman  
Sumber: Dokumentasi oleh Ismail Bambang Subianto, 2025

Pada gambar 3 adalah wujud visual kereta kencana Paksi Naga Liman, pembuatan kereta kencana Paksi Naga Liman ini diprakarsai oleh Pangeran Losari (cucu Sunan Gunung Jati Cirebon). Menurut Elang Abas (wawancara, 2025), Kereta Kencana Paksi Naga Liman merupakan pusaka kerajaan yang dibuat pada 1350 Saka atau 1428 M. Pada bagian depan kereta, tepatnya pada kalung di lehernya, terdapat candrasengkala (kronogram) yang menunjukkan tahun pembuatannya. Kereta ini dibuat dari kayu dan disebut-sebut sebagai kereta kencana dengan teknologi paling maju pada masanya karena sudah menggunakan sistem suspensi untuk meredam guncangan. Kereta tersebut terakhir digunakan pada 1933 M, ketika Sultan Raja Muhammad Dzulkarnaen (Sultan Kanoman VIII) masih berkuasa. Setelah itu, dibuatlah sebuah replika Kereta Kencana Paksi Naga Liman sebagai langkah untuk melestarikan artefak budaya aslinya agar tetap terjaga. Replika ini kini disimpan di Keraton Kanoman Cirebon, tepatnya di museum pusaka Keraton. Kereta kencana ini memiliki dimensi tinggi 290 cm, Panjang 460 cm, lebar 199 cm; dengan diameter roda belakang 171 cm, diameter roda depan 93 cm, dan lebar lintasan 178 cm, (Vos, 1986, hal. 39).

Effendi mengungkapkan tiga kebudayaan yang diwakili sosok hibriditas ini meliputi sayap, tungkai, taji, dan ekor, merupakan bagian yang diadopsi dari sosok makhluk-imajinatif *bouraq* (burok) dari kebudayaan Islam (peristiwa Isra dan Mi'raj nabi Muhammad SAW), sementara belalai, gading, telinga, dan badan merupakan bagian yang diadopsi dari sosok gajah, yang merupakan ikon penting dari kebudayaan Hindu di India, bagian kepala bertanduk, gigi, taring, sisik dan cakar pada tungkainya, merupakan bagian yang diadopsi dari sosok naga pada kebudayaan Tiongkok (Effendi, 2019, hal. 3). Paksi Naga Liman adalah kreasi simbolis yang merepresentasikan kekuatan, spiritualitas, dan akulturasi. Wujud ini merupakan manifestasi dari filosofi Keraton Cirebon.

### Redesain logo klub motor R15CI@Cirebon

Logo adalah bentuk tulisan, sketsa, atau ilustrasi yang memiliki makna khusus dan berfungsi sebagai representasi identitas suatu entitas, seperti lembaga, organisasi, perusahaan, wilayah, negara, maupun produk (Aesthetika et al., 2023, hal. 152). Logo adalah wujud visual yang merepresentasikan berbagai unsur non-visual dari sebuah perusahaan seperti budaya, perilaku, sikap, maupun karakter yang diterjemahkan ke dalam bentuk grafis. Menurut Rustan, logo yang mengikuti prinsip-prinsip desain dibangun dari elemen-elemen visual seperti titik, garis, bidang, dan ruang atau kesan tiga dimensi (Rustan, 2021, hal. 26). Elemen-elemen tersebut kemudian diatur melalui berbagai atribut antara lain, ukuran dan ketebalan, bentuk, gaya, orientasi, perspektif, warna, tekstur, blur, pencahayaan, transparansi, tumpang tindih, posisi, jarak, serta jumlah, untuk menghasilkan bentuk logo yang memunculkan persepsi tertentu.

Persepsi ini terbentuk berdasarkan teori *Gestalt* (*Similarity, Proximity, Continuity, Closure, Figure-Ground, dan Illusion*) yang akhirnya ditafsirkan oleh audiens dalam benak mereka. Teori psikologi Gestalt berfokus pada persepsi manusia yang melihat objek di lingkungan sebagai satu kesatuan yang utuh. Pandangan menyeluruh ini dihasilkan dari gabungan antara kecenderungan optis mata, peran warna, dan kemampuan pengetahuan kita untuk mengintegrasikannya. (Oemar & Risyah, 2015, hal. 19). Berdasarkan elemen pembentukannya, logo memiliki beberapa anatomi, di antaranya: logo yang tersusun atas elemen tulisan dan gambar (*picture mark & lettermark*), logo yang tersusun atas elemen gambar saja (*picture mark*), logo yang tersusun atas elemen tulisan saja (*lettermark*), logo yang tersusun atas elemen gambar dan tulisan yang saling membaaur (*picture mark & lettermark at once*).

Selain menerapkan prinsip desain, agar logo dapat berfungsi dengan baik, ia harus memenuhi beberapa syarat atau kriteria, di antaranya unik, *appropriate, simple, versatile, menarik, dan timeless* (Rustan, 2021, hal. 92). Kriteria unik, merupakan syarat yang paling utama karena berkaitan dengan fungsi identitas/pembeda. Kriteria yang berikutnya adalah (*appropriate*); wujud/bentuk logo harus sesuai dengan kepribadian *brand*, yang bisa ditampilkan dengan memberikan ekspresi (gaya atau karakteristik tertentu) pada logo. Kriteria yang selanjutnya adalah *simple*/sederhana, logo yang sederhana cenderung akan lebih mudah diingat. Kriteria selanjutnya *versatile*/beradaptasi, maksudnya logo harus dapat terlihat jelas di media apa pun. Oleh sebab itu, logo perlu dibuat berbagai versi untuk menyesuaikan medianya, misalnya versi vertikal dan horisontal, positif dan negatif, *full color* dan *single color*, BW dan WB, dll. Kriteria selanjutnya adalah menarik, yang berarti wujud visual logo harus terlihat menarik, keren, atau mengejutkan. Dengan demikian, logo akan lebih mudah diingat khalayak. Untuk menciptakan tampilan yang menarik, prinsip gestalt dapat dimanfaatkan sebagai pendekatan visual. Kriteria yang terakhir adalah ketahanan waktu/*timeless*, logo yang baik harus bisa bertahan lama atau tak lekang oleh waktu, sebaliknya *brand* yang logonya selalu berubah secara drastis akan membuat *brand image*-nya sulit tertanam di masyarakat.

Klub Motor R15 Club Indonesia @Cirebon (R15CI@Cirebon) merupakan sebuah komunitas otomotif kendaraan roda dua, yang secara geografis terletak di Cirebon, Jawa Barat. Awalnya, diprakarsai oleh delapan orang, yang pada saat itu sekaligus pembentukan kepengurusan klub, tepatnya pada akhir September 2014 dengan ditunjuknya E.M.N Yuswa (Bro Elang) sebagai Ketua Umum YR15CI@Cirebon. Pada saat ingin melaksanakan deklarasi, klub ini sudah memiliki kurang lebih 30 anggota. Menurut informasi di laman resmi klub, para anggota klub akan selalu aktif ikut serta dalam memelopori *safety* pada saat berkendara di jalan raya dan mematuhi seluruh rambu-rambu lalu lintas yang ada, serta kelengkapan surat-surat dalam berkendara (<https://crb.r15ci.com/>, diakses pada 6 Desember 2025, pukul 15.57 WIB).



Gambar 4. Logo awal klub motor R15CI@Cirebon

Sumber: <https://crb.r15ci.com/>, diunduh pada 6 Desember 2025, pukul 16.00 WIB

Tabel 1. Elemen penyusun logo awal klub motor R15CI@Cirebon

Elemen penyusun logo	Identifikasi	Deskripsi
	Teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon	Huruf yang digunakan adalah sans serif, kapital, cetak miring
	Visual Udang	Teknik yang digunakan pada visual bentuk Udang adalah deformasi-stilatif, dengan gaya visual <i>flat art</i>
	Visual logo Yamaha (garputala)	Logo Yamaha (garputala) diposisikan sebagai elemen dasar pada logo, posisinya di atas bidang lingkaran
	Visual bentuk bidang lingkaran	Terdapat bidang lingkaran pada layer paling dasar
	Warna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hitam pada teks, logo Yamaha (garputala) dan bidang lingkaran</li> <li>2. Merah pada visual Udang, dan aksan pada huruf A pada tulisan Indonesia</li> <li>3. Putih pada <i>outline</i> teks dan gigi udang</li> </ol>

Sumber: Dokumentasi oleh Ismail Bambang Subianto, 2025

Logo Klub Motor R15CI@Cirebon pada gambar 4, termasuk ke dalam logo yang tersusun atas elemen gambar dan tulisan yang saling membaaur (*picture mark & letter mark at once*). Elemen-elemen yang terdapat pada logo tersebut antara lain: teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon, bentuk visual udang yang ditekankan dengan menggunakan warna merah, logo Yamaha (garputala), dan bentuk lingkaran.

Merujuk pada Tabel 1, teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon menggunakan jenis huruf sans serif, kapital, cetak miring, dengan sudut tajam yang merepresentasikan identitas tipe motor yang dikendarai, yaitu Yamaha R15 yang bergaya sporty, kemudian diperkuat dengan adanya logo Yamaha pada bagian belakang teks dengan dominasi warna hitam. Elemen berikutnya adalah visual udang yang digambarkan dengan cara deformasi-stilatif dengan gaya visual *flat art* berwarna merah. Deformasi merupakan cara penggambaran bentuk visual dengan melakukan modifikasi melalui proses dekorasi, penyesuaian skala, dan pengaturan ulang komposisi untuk menghasilkan wujud yang baru, tetapi tetap mempertahankan identitas asalnya, sementara stilasi merupakan perubahan bentuk asal menjadi

bentuk yang baru dengan cara menggayakan objek, biasanya objek yang distilasi menghasilkan bentuk ornamental (Sasongko et al., 2025, hal. 8). Elemen yang terakhir adalah bentuk lingkaran hitam yang dapat merepresentasikan roda sebagai ikon kendaraan. Warna merah pada visual udang merupakan bentuk penekanan yang merepresentasikan indikasi geografis bahwa udang merupakan identitas lokal masyarakat Cirebon yang diambil dari komoditas ekonomi. Logo tersebut pada 2023 kemudian mengalami redesain sebagai upaya untuk menghindari terjadinya polemik karena berkaitan dengan penggunaan logo *brand* Yamaha seperti yang ditampilkan pada gambar 4. Logo hasil redesain ditampilkan pada gambar 5 dan mulai digunakan 17 Agustus 2023.



Gambar 5. Logo baru klub motor R15CI@Cirebon

Sumber: <https://crb.r15ci.com/>, diunduh pada 6 Desember 2025, pukul 16.00 WIB

Tabel 2. Elemen penyusun logo baru klub motor R15CI@Cirebon

Elemen penyusun logo	Identifikasi	Deskripsi
	Teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon	Huruf yang digunakan adalah sans serif, kapital, cetak miring
	Visual Paksi Naga Liman	Teknik yang digunakan pada visual bentuk Paksi Naga Liman adalah deformasi-transformatif, dengan gestur kepala menghadap ke atas, mulut terbuka, dan lidah menjulur
	Visual tiga buah baut	Tiga buah baut diletakkan di tiap-tiap sudut bidang segitiga terbalik
	Visual bentuk bidang segitiga terbalik	Bidang segitiga terbalik mengalami distorsi bentuk seperti ada tambahan bidang persegi di bagian sisi atasnya
	Warna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emas pada tanduk &amp; gading Paksi Naga Liman</li> <li>2. Hitam pada teks dan bidang segitiga terbalik</li> <li>3. Merah pada bagian aksentu huruf A pada tulisan Indonesia, pupil mata dan lidah Paksi Naga Liman</li> <li>4. Putih pada <i>outline</i> teks, gigi dan ornamen motif di tubuh Paksi Naga Liman</li> <li>5. Marun pada bagian tubuh Paksi Naga Liman</li> </ol>

Sumber: Dokumentasi oleh Ismail Bambang Subianto, 2025

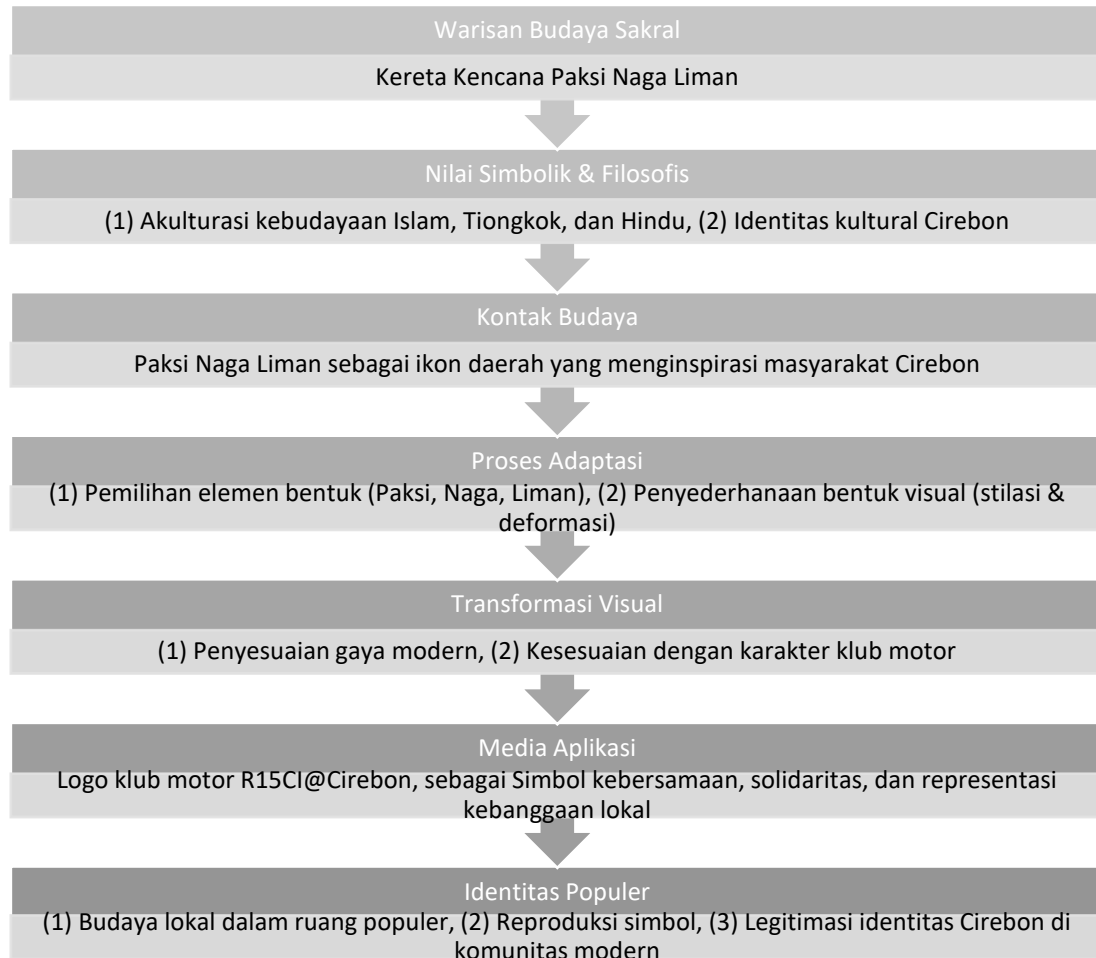
Logo R15CI@Cirebon hasil redesain masih termasuk ke dalam logo yang tersusun atas elemen gambar dan tulisan yang saling membaaur (*picture mark & letter mark at once*). Merujuk pada tabel 2, elemen-elemen yang terdapat pada logo redesain tersebut, antara lain: Teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon, bentuk visual Paksi Naga Liman, elemen visual baut, dan bentuk segitiga terbalik. Teks bertuliskan R15 Club Indonesia @Cirebon menggunakan jenis huruf sans serif, kapital, cetak miring, dengan tambahan *outline* putih. Elemen visual berikutnya adalah Paksi Naga Liman dengan teknik deformasi-transformatif. Deformasi ditunjukkan pada pemanfaatan bagian kepala Paksi Naga Liman dengan gestur kepala ke arah atas, mulut terbuka, dan lidah menjulur. Elemen berikutnya adalah tiga buah baut yang diletakkan di masing-masing sudut segitiga. Elemen segitiga mengalami distorsi pada bagian atas seperti ada tambahan bidang persegi, *outline* pada bidang segitiga mengikuti kontur seluruh elemen pada logo. Elemen warna yang digunakan di antaranya warna emas, hitam, merah, putih, dan marun. Emas sebagai simbol atas kejayaan, hitam sebagai simbol kebijaksanaan, merah sebagai simbol keberanian, putih sebagai simbol atas perdamaian, dan marun sebagai bentuk semangat, kekuatan dan percaya diri.

Perubahan bentuk logo dari yang sebelumnya ke logo yang baru dapat dilihat dari elemen-elemen penyusunnya. Elemen teks pada dasarnya tidak terjadi perubahan, tetapi terdapat penegasan melalui penambahan *outline*. Elemen yang jelas terlihat berubah, yaitu pada gambar dan bidang dasar (*shape*). Gambar pada logo awal merupakan visual udang yang dimaknai sebagai komoditi ekonomi masyarakat Cirebon, sedangkan pada logo hasil redesain identitas masyarakat Cirebon divisualkan berupa Paksi Naga Liman. Elemen selanjutnya yang berubah, yaitu bentuk dasar lingkaran yang merepresentasikan klub motor dalam bentuk roda kendaraan menjadi bentuk segitiga sebagai representasi dari tri daya, yang terdiri dari cipta, rasa dan karsa. Dengan kata lain, hasil redesain logo pada Klub Motor R15CI@Cirebon menekankan perubahan identitas praktis baik mencerminkan komoditi ekonomi maupun entitas sebagai klub motor menjadi identitas yang merepresentasikan budaya tradisi masyarakat Cirebon.

Geertz menyatakan bahwa aktivitas kebudayaan manusia merupakan suatu yang istimewa, hal ini disebabkan manusia hidup dalam suatu sistem makna yang kompleks yang dinamakan dengan kebudayaan (Syarifah & Mushthoza, 2022, hal. 66). Geertz memandang kebudayaan sebagai sistem simbol bermakna yang digunakan masyarakat untuk memahami dan membentuk realitas mereka (Geertz, 1973). Geertz menekankan bahwa masyarakat memanfaatkan simbol seperti bahasa, ritual, karya seni, hingga objek sehari-hari sebagai kerangka untuk memahami serta membentuk dunia mereka. Kebudayaan pada hakikatnya adalah sekumpulan ide dan makna yang diwujudkan, disimpan, dan diwariskan melalui simbol-simbol tersebut. Melalui rangkaian simbol yang rumit inilah, suatu komunitas motor (R15CI@Cirebon) membangun pemahaman bersama tentang realitas sekaligus menemukan cara untuk mengungkapkan dan menyampaikan pengalaman batin mereka.

Dalam perspektif nusantara yang kaya akan keberagaman budaya, untuk memahami simbol-simbol budaya memerlukan lebih dari sekadar pengenalan dan pengalaman visual, juga dibutuhkan kesadaran bahwa setiap simbol hanya dapat dimengerti dengan tepat melalui konteks sosialnya yang unik. Sebuah simbol bisa memiliki makna yang sangat berbeda ketika berada dalam lingkungan tradisional dibandingkan saat muncul dalam situasi modern. Oleh karena itu, konteks menjadi elemen kunci untuk menggali makna-makna yang lebih mendalam. Kebudayaan lokal pun tidak bersifat statis, tetapi terus berubah, menyesuaikan diri, dan berinteraksi dengan perkembangan zaman serta dinamika sosial yang baru.

Penerapan bentuk Paksi Naga Liman pada logo klub motor merupakan hasil adaptasi visual dari budaya tradisi ke dalam budaya populer. Artinya, telah terjadi adaptasi bentuk visual Paksi Naga Liman dari yang awalnya merupakan Kereta Kencana Keraton, menjadi identitas visual klub, ini sejalan dengan apa yang telah dikemukakan Hutcheon bahwa *adaptation is repetition, but repetition without replication* (Hutcheon, 2006, hal. 3). Berikut pada gambar 6 merupakan alur proses evolusi artefak Keraton (Paksi Naga Liman) menjadi identitas populer.



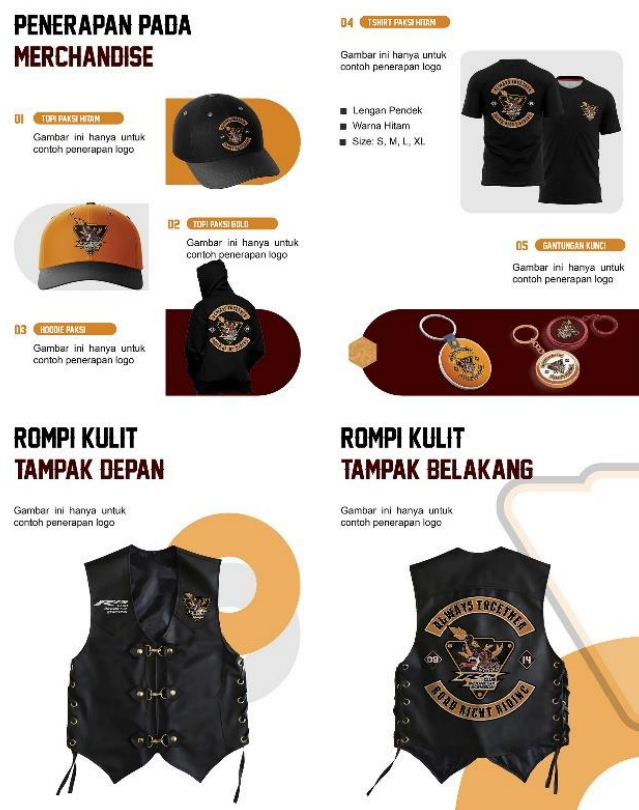
Gambar 6. Alur proses evolusi artefak Keraton (Paksi Naga Liman) menjadi identitas populer  
Sumber: Disusun oleh Ismail Bambang Subianto, 2025

Klub Motor R15CI@Cirebon telah berhasil merancang logo baru dengan pertimbangan kriteria logo yang baik, bentuk deformasi Paksi Naga Liman merupakan upaya dalam memberikan kesan unik, karena pada umumnya klub motor selalu mengaitkan elemen visual logonya dengan unsur-unsur yang melekat pada kendaraan seperti suku cadang atau bahkan deformasi bentuk kendaraan tersebut, yang kemudian dijadikan sebagai elemen visual utama logo. Namun tidak pada klub motor ini, mereka lebih memilih mengadaptasi bentuk visual dari artefak budaya Cirebon Paksi Naga Liman sebagai elemen utama pada logo. Kriteria kesesuaian dengan kepribadian komunitas dikaitkan dengan wilayah geografis komunitas tersebut. Objek Paksi Naga Liman dianggap telah menjadi satu identitas kolektif masyarakat Cirebon, sehingga ketika visual Paksi Naga diadaptasi bentuknya pada logo, khalayak yang melihat logo tersebut dapat langsung mengasumsikannya dengan wilayah geografis asal mereka, yakni Cirebon. Bentuk yang kompleks memang membuat logo terkesan tidak sederhana, tetapi dengan penggunaan warna yang tidak terlalu banyak, dan dengan penambahan elemen tertentu seperti bidang segitiga di bagian belakang logo menjadi poin penting di sini. Adanya bidang segitiga tersebut memberikan kesan kesatuan sehingga antara *logogram* dan *logotype* tidak terlihat terpisah. Dengan begitu, logo dapat diaplikasikan ke dalam berbagai medium, misalnya sebagai *badges*, *sticker*, dan *merchandise* lainnya. Penggunaan visual Paksi Naga Liman memungkinkan logo ini dapat bertahan lama (*timeless*), karena artefak budaya ini selain menjadi ikon Cirebon, bentuk visualnya telah banyak diadaptasi oleh masyarakat sehingga memungkinkan wujud visualnya bertahan dalam kurun waktu yang panjang. Hal ini juga menunjukkan adanya upaya pelestarian, pengembangan dan penghidupan terhadap artefak budaya mereka oleh masyarakat Cirebon, sehingga artefak budaya Paksi Naga Liman akan tetap lestari meskipun dalam wujud lain (profan).

### Penerapan logo klub motor R15CI@Cirebon bervisual Paksi Naga Liman

Malinowski melalui teori fungsionalisme dan kontak budaya menjelaskan bagaimana peradaban bereaksi terhadap perubahan untuk memenuhi kebutuhan manusia melalui asumsi utama budaya yang lebih tinggi dan aktif akan memengaruhi budaya yang lebih sederhana dan pasif melalui kontak budaya (Malinowski, 1945). Dalam konteks ini, budaya tinggi/aktif dapat diinterpretasikan sebagai warisan budaya keraton yang memiliki otoritas sejarah dan filosofis (Paksi Naga Liman). Budaya sederhana/pasif adalah subkultur Klub Motor R15CI@Cirebon, sebuah kelompok yang secara historis dan struktural menempati posisi lebih rendah dalam tatanan sosial Cirebon. Subkultur ini lahir dari komunitas minoritas dengan ketertarikan tertentu, dan berada dalam fase mencari jati diri, memperkuat rasa kebersamaan, serta memperoleh pengakuan dari masyarakat yang lebih luas. Pertemuan antara tradisi keraton yang sudah mengakar dengan subkultur yang masih berusaha menemukan tempatnya ini menimbulkan beragam pandangan, tetapi sekaligus membuka ruang bagi terciptanya hubungan yang lebih bermanfaat bagi keduanya. Inti dari kontak budaya ini tampak jelas pada perubahan logo klub motor tersebut.

Dilihat dari perspektif fungsionalisme, penggunaan simbol-simbol keraton seperti unsur Paksi Naga Liman oleh Klub Motor R15CI@Cirebon bukan hanya soal meniru bentuk visual. Lebih dari itu, langkah ini menjadi cara bagi komunitas tersebut untuk memenuhi berbagai kebutuhan penting dalam subkultur mereka. Dengan mengaitkan diri pada sejarah besar Cirebon, mereka membangun identitas yang kuat. Artinya, dengan memakai simbol yang sama, rasa kebersamaan mereka tumbuh dan yang paling penting, mendapatkan legitimasi di mata masyarakat Cirebon. Dengan meminjam wibawa Keraton, klub motor ini memperoleh pengakuan, mengurangi stigma sebagai subkultur jalanan, dan memosisikan diri sebagai bagian sah dari keragaman budaya Cirebon. Pada akhirnya, transformasi ini menjadikan simbol budaya bukan sekadar ornamen, melainkan alat yang membantu subkultur ini bertahan, diterima, dan dihargai oleh lingkungan sosialnya. Hal ini terlihat melalui penerapan logo Klub Motor R15CI@Cirebon pada berbagai media yang menjadi *merchandise* klub motor tersebut, seperti halnya topi, kaus, *hoodie*, rompi, dan gantungan kunci seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Penerapan logo klub motor R15CI@Cirebon pada media (*merchandise*)  
Sumber: <https://crb.r15ci.com/>, diunduh pada 6 Desember 2025, pukul 16.00 WIB

Penerapan logo Klub Motor R15CI@Cirebon pada berbagai media aplikasinya, terdapat elemen tambahan berupa *tagline* seperti yang ditampilkan pada Gambar 8. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang tak terlupakan, maka digunakanlah *tagline*, yaitu sebuah ungkapan singkat. Sebuah *tagline* didefinisikan sebagai frase ringkas yang bertujuan menciptakan kesan mendalam dan permanen, fungsi *tagline* adalah untuk meningkatkan daya ingat merek (*brand recall*), memastikan merek tersebut terus diingat oleh khalayak ketika mereka sedang mencari produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka (Andary & Tamsil, 2024, hal. 535). *Tagline* klub motor ini adalah “*Always Together, Road Right Riding*” yang artinya selalu bersama dan berkendara di jalan yang benar. *Tagline* ini mencerminkan komitmen inti klub motor tersebut untuk selalu mengutamakan keselamatan di jalan raya. Hal ini diwujudkan melalui perilaku yang bertanggung jawab, jauh dari kesan ugal-ugalan, serta kepatuhan penuh terhadap peraturan lalu lintas dan peraturan-undangan yang berlaku, termasuk disiplin dalam kelengkapan dokumen kendaraan dan surat izin mengemudi. Lebih lanjut, *tagline* ini juga berfungsi sebagai sarana komunikasi kepada masyarakat untuk menepis stigma negatif yang sering dilekatkan pada klub motor. Klub Motor R15CI@Cirebon ingin menegaskan bahwa mereka berbeda dari anggapan umum tersebut, sekaligus membuktikan bahwa masih banyak komunitas motor yang menjunjung tinggi dan memenuhinya dalam lalu lintas.



Gambar 8. Logo klub motor R15CI@Cirebon dengan *tagline*  
 Sumber: <https://crb.r15ci.com/>, diunduh pada 6 Desember 2025, pukul 16.00 WIB

## Simpulan

Logo Klub Motor R15CI@Cirebon secara eksplisit mengadaptasi bentuk Paksi Naga Liman pada identitas visual mereka, menunjukkan adanya kesengajaan untuk menghubungkan identitas visual mereka dengan warisan sejarah. Dalam konteks desain komunikasi visual saat ini, logo berfungsi ganda, selain sebagai alat promosi yang efektif, sekaligus juga sebagai penjelmaan visual dari identitas entitas yang direpresentasikannya.

Transformasi visual Paksi Naga Liman ke dalam logo Klub Motor R15CI@Cirebon menunjukkan bahwa simbol budaya tidak hanya lestari melalui pelestarian fisik, tetapi juga melalui revitalisasi makna dalam konteks modern. Proses ini menjadi bentuk kontak budaya ketika warisan keraton, sebagai budaya aktif, memberikan legitimasi, identitas, dan nilai moral kepada subkultur otomotif sebagai budaya pasif, sekaligus memperkuat kohesi sosial, citra komunitas, serta keberlanjutan makna melalui simbol Paksi Naga Liman dalam ranah budaya populer Cirebon.

## Referensi

Aesthetika, N. M., Febriana, P., Andi, F. M., & Recoba, A. M. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual*. Umsida Press.

- Andary, R. W., & Tamsil, I. S. (2024). 'Brand recall on Indomie's tagline "Seleraku" (Semiotic analysis of Roland Barthes on Indomie's tagline).' *INTERACTION: Jurnal Pendidikan Bahasa*, 11(2). <https://doi.org/10.36232/interactionjournal.v11i2.2153>
- Asnawi, N., Pamungkas, R., Lenawati, M., & Nugroho, E. S. (2025). 'Pengembangan Identitas Visual Usaha Dengan Membuat Desain Logo Pada Usaha Jasa Cuci Sepatu dan Tas.' *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.47701/x90dyn08>
- Candraningtyas, D. N., & Prawiradiredja, S. (2017). 'Ekspresi Identitas Komunitas Motor FBI (Freedom Bikers Indonesia).' *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2). <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.25>
- Effendi, I. Z. (2019). 'Multikulturalisme Imaji Mitos Paksi Naga Liman pada Seni Rupa Kontemporer.' *Journal of Contemporary Indonesian Art*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.24821/jocia.v5i1.2512>
- Fatoni, A., & Jupriani, J. (2023). 'Representasi Budaya Indonesia dalam Logo G20 Indonesia 2023.' *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.2031>
- Fikriyyati, I., & Suardana, I. W. (2020). *Paksi Naga Liman Carriage A Multicultural Symbol of Caruban Nagari: Enculturation of Nusantara Arts In Cultural Arts Education*. 444(Icaae 2019), 208–212. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200703.042>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books, Inc.
- Habibie, B. J. (1999). *Keputusan Presiden Republik Indonesia No.84 Tahun 1999 tentang Pemanfaatan Seni dan Budaya*.
- Hutcheon, L. (2006). *A theory of Adaptation*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Malinowski, B. (1945). *The dynamics of culture change: An inquiry into race relations in Africa*. Yale University Press.
- Oemar, E. A., & Risya, A. W. (2015). 'Redesain Logo pada Produk Vintage "Loveli".' *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 3(3). <https://ejournal.unisnu.ac.id/JSULUH/article/view/7911>
- Rustan, S. (2021). *Logo 2021: Buku 1*. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Sasongko, L. A. W. S., Lestari, R., & Puji Lestari, H. (2025). 'Penciptaan Motif Ragam Hias Batik Interior Dari Transformasi Bentuk Visual Warisan Budaya Tak Benda di Pulau Jawa.' *Suluh: Jurnal Seni Desain Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.34001/jsuluh.v8i1.7911>
- Sofiyawati, N. (2017). 'Kajian Gaya Hias Singabarong dan Paksi Naga Liman dalam Estetika Hibriditas Kereta Kesultanan Cirebon.' *Jurnal Sosioteknologi*, 16(3), 304–324. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.3.6>
- Syarifah, N., & Mushthoza, Z. Z. (2022). 'Antropologi Interpretatif Clifford Geertz: Studi Kasus Keagamaan Masyarakat Bali dan Maroko.' *Humanis: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(2). <https://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/Humanis/article/view/3186>
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. (2010). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38552/uu-no-11-tahun-2010>
- Vos, H. B. (1986). *Kratonkoetsen Op Java*. Singa Batavia.
- Wibawa, M., Sunarmi, S., & Soewarlan, S. (2024). 'Transformasi Digital Sebagai Strategi Kenusantaraan Warisan Budaya: Studi AI pada Kereta Kencana Paksi Naga Liman.' *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.32664/mavis.v6i01.1187>