

MAKNA LABEL HALAL INDONESIA DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Faisal Muzzammil

STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Indonesia
E-mail: salzammil@gmail.com

Abstract

The Ministry of Religion of the Republic of Indonesia, through its official website and Instagram account in March 2022, established and released the "Indonesian Halal Label" logo. The release of the Indonesian Halal Label logo by the Ministry of Religion received various responses and views and even sparked disagreements and cross-opinions from various groups. Against the background of various polemics and controversies about the new design of the Indonesian Halal Label logo, this research will reveal the meaning of the Indonesian Halal Label from a semiotic perspective. This research was conducted to reveal and explain more deeply: (1) The Denotation Meaning of the Indonesian Halal Label; (2) The Connotation Meaning of the Indonesian Halal Label. This research uses a semiotic analysis method. The semiotic concepts and theories used in this research are based on Roland Barthes' semiotics about the meaning of a sign. Based on the results of the analysis and discussion, there are two main findings in this study, namely: (1) Semiotically, the Indonesian Halal Label has a denotative meaning which means information and written description of the word "Halal" in Arabic, which is presented through pictures resembling mountains, as well as the words "Indonesian Halal" which are explicitly and presented in Indonesian language writing with using bold and capita fonts; (2) Semiotics, the Indonesian Hala Label has a connotative meaning which means the closeness between a Muslim and Allah, faith, simplicity, wisdom, balance, unity, serenity and the distinction between good (haq) and wrong (bathil).

Keywords: *semiotic analysis, Roland Barthes, halal logo, Ministry of Religion*

Abstrak

Kementerian Agama Republik Indonesia melalui website dan akun instagram resminya pada Maret 2022 menetapkan dan merilis logo "Label Halal Indonesia". Perilisan logo Label Halal Indonesia oleh Kementerian Agama tersebut mendapatkan berbagai respon dan pandangan bahkan memicu perdebatan dan silang pendapat dari berbagai kalangan. Berlatar belakang dari berbagai polemik dan kontroversi desain baru logo Label Halal Indonesia tersebut, maka penelitian ini akan mencoba untuk mengungkap makna Label Halal Indonesia dari perspektif semiotika. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengungkap dan memaparkan lebih dalam tentang: (1) Makna Denotasi Label Halal Indonesia; (2) Makna Konotasi Label Halal Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika. Konsep dan teori semiotika yang digunakan dalam penelitian berlandaskan pada semiotika Roland Barthes tentang makna pada sebuah tanda. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka ada dua temuan utama dalam penelitian ini, yaitu: (1) Secara semiotik Label Halal Indonesia tersebut memiliki makna denotasi yang berarti suatu informasi dan keterangan tulisan kata "Halal" dalam bahasa Arab yang disajikan melalui gambar menyerupai gunung, serta tulisan "Halal Indonesia" yang secara eksplisit dan jelas disajikan dalam tulisan berbahasa Indonesia dengan menggunakan jenis huruf tebal (*bold*) dan kapita; (2) Secara semiotika Label Hala Indonesia tersebut memiliki makna konotasi yang berarti kedekatan antara seorang muslim dengan Allah swt, keimanan, kesederhanaan, kebijaksanaan, keseimbangan, kesatuan, ketenangan dan pembeda antara yang baik (*haq*) dan yang buruk (*bathil*).

Kata kunci: *analisis semiotika, Roland Barthes, logo Halal, Kementerian Agama*

PENDAHULUAN

Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI), pada 12 Maret 2022 melalui *website* resminya mengumumkan tentang penetapan "Label Halal Indonesia". Informasi mengenai penetapan 'logo baru' Label Halal Indonesia tersebut, secara lebih rinci dapat diakses dan dibaca pada halaman situs resmi Kemenag RI dalam sebuah pers rilis dengan judul "Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional" (Khoeron, 2022). Pres rilis tersebut, secara garis besar berisi penjelasan bahwa Kementerian Agama melalui salah satu unit kerjanya, yakni "Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal" (BPJPH), telah menetapkan label halal Indonesia yang berlaku secara nasional terhitung sejak 1 Maret 2022.

Berdasarkan informasi yang lebih rinci dalam pres rilis tersebut, dinyatakan bahwa penetapan logo baru "Label Halal Indonesia" ini secara regulatif merupakan realisasi dari Pasal 37 UU No. 33 Tahun tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH. Lebih jauh dari itu, dalam pres rilis pada *website* www.kemenag.go.id tersebut juga ditampilkan untuk pertama kalinya logo baru dari Label Halal Indonesia. Gambar 1 adalah tampilan gambar dari logo baru Label Halal Indonesia yang mulai diberlakukan secara nasional sejak 1 Maret 2022.



Gambar di atas merupakan logo baru dari Label Halal Indonesia Kementerian Agama. Seperti yang telah dipaparkan di atas, diketahui bahwa logo baru tersebut pertama kali dirilis pada 12 Maret 2022 melalui *website* resmi Kementerian Agama Republik Indonesia. Semenjak pengumuman penetapan dan perilsan logo baru Label Halal Indonesia oleh Kementerian Agama tersebut, terjadi silang pendapat dan polemik mengenai logo baru label halal dari Kementerian Agama tersebut. Polemik dan perdebatan 'hangat' tentang logo baru label halal ini, terjadi di dunia maya dan media massa, bahkan sempat menjadi *trending topic* di berbagai media sosial.

Banyak warga internet (*netizen*) yang memberikan komentar terhadap logo baru label halal tersebut. Bahkan jika diamati lebih dalam, komentar-komentar *netizen* tersebut banyak mengarah pada perdebatan dan polemik yang mempersoalkan logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama. Realitas tentang adanya perdebatan dan polemik mengenai logo baru Label Halal ini, dapat dilihat dan diamati secara jelas, salah satunya pada akun instagram

resmi Kementerian Agama. Pada postingan instagram tanggal 13 Maret 2022 mengenai konten dan informasi pemberlakuan logo baru Label Halal Kementerian Agama, dalam kolom komentarnya “dibanjiri” oleh komentar *netizen*. Postingan tersebut mendapatkan lebih dari empat ribu komentar dari *netizen*. Komentar-komentar yang diberikan oleh *netizen*, didominasi oleh tanggapan dan opini mengenai desain dan bentuk Label Halal Kementerian Agama.

Postingan konten gambar Label Halal pada instagram Kementerian Agama, menimbulkan silang pendapat dan perdebatan di antara *netizen* yang mempersoalkan bentuk dan desain Label Halal baru tersebut. Gambar 2 merupakan beberapa komentar *netizen* yang menanggapi dan mempersoalkan logo baru Label Halal Indonesia.



Gambar 2 Komentar dan Tanggapan Netizen terhadap Label Halal Kementerian Agama
Sumber: Instagram @kemenag_ri

Berdasarkan Gambar 2 tersebut, dapat diketahui bahwa perilsan logo baru Label Halal Indonesia yang diposting di instagram Kementerian Agama, menimbulkan beragam

komentar dan pandangan dari *netizen*, termasuk juga menuai pro dan kontra dari berbagai pihak dan kalangan. Pada satu sisi, perilsan logo baru “Label Halal Indonesia” Kementerian Agama ini mendapatkan apresiasi positif dari masyarakat dan berbagai kalangan; namun pada sisi yang lain kehadiran logo baru Label Halal ini mendapatkan respon negatif bahkan kritik dari beberapa pihak. Respon negatif dan kritik tersebut mengarah kepada desain, bentuk, warna dan entitas logo baru Label Halal Kementerian Agama.

Beberapa pihak mengkritik bahwa logo baru Label Halal tersebut telah menghilangkan unsur dan nuansa Islami yang telah melekat serta identik pada logo lama Label Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Menurut beberapa pendapat, tidak adanya tulisan Arab secara eksplisit pada logo baru Label Halal tersebut telah mengurangi bahkan menghilangkan unsur keislaman yang ada pada Label Halal sebelumnya. Tidak adanya tulisan “Halal” dan “Majelis Ulama Indonesia” dalam bahasa Arab pada bentuk atau desain baru Label Halal tersebut, menurut sebagian pendapat, telah menghilangkan unsur dan nilai-nilai keislaman di dalamnya. Desain dan bentuk logo “Label Halal” sebelumnya yang sangat lekat dan identik dengan Islam, menurut sebagian pandangan beberapa pihak, kini telah dihilangkan unsur dan ciri khas keislamannya karena tidak adanya tulisan “Halal” yang berbahasa Arab.

Selanjutnya masih terkait dengan komentar mengenai desain dan bentuk baru Label Halal Kementerian Agama, ada juga sebagian tanggapan yang menyatakan bahwa desain logo baru Label Halal tersebut terlalu “Jawa Sentris”. Komentar dan pandangan tersebut muncul karena desain logo baru Label Halal yang dirilis Kementerian Agama didominasi oleh pola dasar berbentuk “Gunungan Wayang” yang secara identik sangat lekat dan dekat dengan tradisi serta kebudayaan Jawa. Komentar dan tanggapan mengenai desain Label Halal yang Jawa Sentris ini, sempat menjadi perbincangan pada beberapa kalangan, *trending topic* di berbagai media sosial, hingga menjadi *headline* pada beragam media online. Gambar 3 adalah salah satu *headline* pada media online yang mengangkat topik mengenai polemik dan perbincangan desain logo baru Label Halal Indonesia yang dianggap Jawa Sentris.



Gambar 3 Pemberitaan tentang Desain Logo Halal yang Dikritik Karena Jawa Sentris
Sumber: www.viva.co.id

Gambar di atas merupakan salah satu *headline* pada situs berita online nasional yang membahas tentang polemik desain logo baru Label Halal

yang dianggap kontroversial karena terlalu Jawa sentris. Berdasarkan hasil penelusuran yang lebih luas, banyak ditemukan pemberitaan yang mengangkat polemik dan perdebatan mengenai desain logo baru Label Halal yang dikritik dan menuai beragam respon yang mengarah pada pandangan bahwa desain Label Halal Kementerian Agama tersebut terlalu Jawa Sentris. Selain itu, melalui berbagai *platform* media sosial, banyak *netizen* yang menyatakan opini pribadinya mengenai desain Label Halal yang dianggap kontroversial dan terlalu menonjolkan aspek budaya daripada identifikasi dan representasi Islam. Komentar dan perdebatan *netizen* tersebut, pada akhirnya kembali menjadi *trending topic* di media sosial sesaat setelah Kementerian Agama merilis desain logo baru Label Halal.

Persoalan terakhir berkenaan dengan desain logo baru Label Halal Indonesia ini, ialah adanya sebagian pihak yang menyatakan bahwa desain logo tersebut lebih mengedepankan seni ketimbang nilai dan esensi Islami. Pandangan mengenai hal tersebut, salah satunya dikemukakan oleh Anwar Abbas, Wakil Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI). Abbas menyatakan bahwa ada dua kritik yang ditujukan pada Label Halal Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Agama, yaitu: *Pertama*, logo baru Label Halal tersebut tidak mencantumkan kata “Majelis Ulama Indonesia”; *Kedua*, logo baru Label Halal tersebut lebih

mengedepankan seni dibanding kata “Halal” dengan tulisan bahasa Arab (Aditya, 2022). Gambar 4 adalah salah satu pemberitaan pada media nasional *online* mengenai desain logo baru Label Halal Indonesia yang menuai kritikan karena dipandang lebih mengedepankan seni.



Gambar 4 Pemberitaan tentang Desain Logo Halal yang Dikritik Karena Lebih Mengedepankan Seni
Sumber: www.kompas.com

Itulah beberapa persoalan yang meliputi perilsan dan penetapan logo baru Label Halal Indonesia oleh Kementerian Agama. Berdasarkan beberapa temuan permasalahan mengenai logo baru Label Halal Indonesia seperti yang telah dipaparkan di atas, maka sampai pada bagian ini dapat dikemukakan bahwa sekurang-kurangnya ada tiga permasalahan yang berkenaan dengan desain dan bentuk logo baru Label Indonesia, yaitu: *Pertama*, logo baru Label Indonesia Kementerian Agama tersebut dianggap telah menghilangkan unsur dan nuansa Islam; *Kedua*, logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama tersebut dipandang terlalu Jawa Sentris; *Ketiga*, logo baru Label Halal Indonesia

Kementerian Agama tersebut dikritik karena lebih mengedepankan seni.

Tiga poin tersebutlah yang menyebabkan desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia ini menuai pro-kontra dan menimbulkan silang pendapat dari berbagai kalangan. Adanya silang pendapat dan perbedaan pandangan mengenai desain dan bentuk logo baru tersebut, membuat Label Halal Indonesia Kementerian Agama ini menjadi semacam polemik yang terus diperbincangkan, bahkan sempat menjadi *trending topic* hingga pemberitaan nasional sesaat setelah logo baru Label Halal Indonesia ini dirilis dan ditetapkan oleh Kementerian Agama. Namun terlepas dari adanya pro dan kontra yang meliputi desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia ini, pada akhirnya Label Halal Indonesia yang dirilis Kementerian Agama tersebut secara resmi tetap diberlakukan dengan merujuk pada regulasi dan prosedur yang mengaturnya.

Berangkat dari permasalahan tentang desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia yang memicu silang pendapat dan polemik seperti yang telah dipaparkan di atas, maka pada titik inilah menarik dan perlu untuk dilakukan suatu studi dan analisis yang lebih mendalam terkait dengan “Label Halal Indonesia” yang dirilis oleh Kementerian Agama tersebut. Melakukan studi dan analisis terhadap entitas yang berbentuk gambar, lambang, simbol atau logo

seperti “Label Halal Indonesia”, maka secara teoretis tidak bisa dipisahkan dengan analisis semiotika. Semiotika sebagai sebuah disiplin ilmu yang mengkaji tentang tanda (Piliang, 2004), menjadi “pisau analisis” yang relevan dan tepat untuk dapat “mengupas” lebih dalam mengenai makna implisit yang terkandung dalam logo baru “Label Halal Indonesia”.

Banyak definisi teoretis tentang semiotika ini, namun pada tataran praktisnya definisi semiotika tersebut mengarah pada suatu ilmu yang mengkaji tentang tanda dan segala entitas yang ada di dalamnya. Aart Van Zoest (1992) dalam *Serba-Serbi Semiotika* misalnya mendefinisikan semiotika sebagai sebuah studi yang mengkaji tanda dan yang berhubungan dengannya seperti fungsi, sistem dan prosesnya (Setyoko & Yudianto, 2022). Dalam sejarah keilmuannya, semiotika sebagai sebuah disiplin ilmu digagas dan dikembangkan oleh dua orang tokoh, yakni Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce (Suherdiana, 2008). Saussure dan Peirce disebut sebagai peletak dasar ilmu semiotika sekaligus menjadi “bapak” semiotika modern.

Kemudian pada perkembangan selanjutnya, apa yang digagas oleh Saussure dan Peirce tersebut terus dikembangkan, diaktualisasikan dan dikontekstualisasikan oleh para ilmuwan sesudahnya, diantaranya ialah Roman Jakobson, Louis Hjelmslev dan Roland Barthes (Wulansari et al., 2020).

Berkenaan dengan tokoh-tokoh semiotika ini, (Rusmana, 2006a) dalam *Tokoh dan Pemikiran Semiotik Kontemporer* telah mengumpulkan dan menelaah pemikiran semiotika dari 16 tokoh dengan beragam konsep dan penerapannya. Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh Yudithadewi & Parikesit (2021), ditemukan realitas bahwa studi dan penelitian semiotika di Indonesia yang paling banyak dilakukan ialah dengan menggunakan konsep dan teori semiotika dari Saussure, Pierce dan Barthes.

Berlandaskan pada konsep dan teori dalam disiplin ilmu semiotika, maka secara praktis studi dan penelitian ini akan menganalisis lebih dalam dan mengkaji lebih luas mengenai makna yang terkandung dalam desain logo baru “Label Halal Indonesia” Kementerian Agama. Analisis semiotika terhadap logo Halal Kementerian Agama yang dilakukan dalam studi ini, menggunakan konsep dan teori semiotika dari Roland Barthes. Dipilihnya “semiotika Barthes” untuk menganalisis logo Halal Kementerian Agama dalam studi ini, didasarkan atas tiga pertimbangan utama, yaitu:

Pertama, analisis semiotika Roland Barthes cukup praktis dan aplikatif untuk diterapkan dalam menganalisis suatu tanda berupa logo, lambang, simbol dan gambar, termasuk Label Halal Indonesia Kementerian Agama. *Kedua*, analisis semiotika Roland Barthes dapat mengungkap makna mendalam yang terkandung dalam

sebuah tanda –termasuk logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama– karena elemen yang dianalisisnya meliputi *makna denotasi* dan *makna konotasi*. *Ketiga*, analisis semiotika Roland Barthes sudah populer dan banyak digunakan dalam studi dan penelitian tentang tanda di Indonesia sehingga akan mudah dipahami alur serta tujuan yang hendak dicapai dalam suatu penelitian tentang tanda dengan menggunakan analisis semiotika.

Roland Barthes sendiri, dikenal sebagai salah satu tokoh populer dalam semiotika modern. Barthes adalah seorang intelektual kritis dan pemikir strukturalis yang produktif menuangkan ide dan gagasannya ke dalam berbagai karya tulis (Huppertz, 2015). Sobur (2020a) secara rinci mendaftar lebih dari 15 judul buku atau esai yang pernah ditulis oleh Barthes. Secara spesifik, konsep, pemikiran dan teori semiotika Barthes dapat dibaca dan dipahami pada sebuah buku yang berjudul *Elements of Semiology* (1977). Buku tersebut menjadi rujukan dan buku pegangan (*handbook*) dalam kajian ilmu semiotika. Buku tersebut telah diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa, termasuk bahasa Indonesia. Penerbit Jalasutra Yogyakarta, menerjemahkan buku rujukan utama semiotika tersebut menjadi *Elemen-Elemen Semiotika* (2012).

Konsep utama semiotika, dalam kerangka pemikiran dan teori Barthes (2012, ix), terdiri dari empat elemen

berikut, yakni: (1) Bahasa dan Tuturan; (2) Penanda dan Petanda; (3) Sintagma dan Sistem; (4) Denotasi dan Konotasi (Haryadi, 2016). Mengacu pada elemen-elemen semiotika tersebut, maka pada penelitian tentang analisis semiotika Roland Barthes terhadap logo Halal Kementerian Agama ini, akan difokuskan pada elemen yang keempat, yakni tentang makna “Denotasi dan Konotasi” pada sebuah tanda. Fokus analisis pada makna denotasi dan konotasi ini dilakukan dengan tujuan agar dapat mengungkap makna yang lebih dalam dan luas dibalik logo Halal Kementerian Agama yang merepresentasikan budaya tertentu dan disebut oleh beberapa pihak terlalu identik dengan simbol budaya tertentu sehingga identitas keislamannya menjadi hilang.

Selanjutnya secara konseptual, analisis semiotika terhadap logo Halal Kementerian Agama yang difokuskan pada pengungkapan makna denotasi dan konotasi ini, berdasarkan pada konsep penerapan elemen semiotika Barthes untuk tanda yang berupa simbol, lambang, gambar, visual dan logo (Pratiwi et al., 2015). Kemudian analisis semiotika Roland Barthes terhadap logo Halal yang difokuskan pengungkapan makna denotasi dan konotasi ini, sekaligus juga menjadi batasan analisis dan batasan pembahasan dalam penelitian. Oleh karena itu, analisis dan pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada pemaparan dan uraian mengenai

temuan-temuan yang berkenaan dengan pengungkapan makna denotasi dan makna konotasi logo Halal Kementerian Agama. Di luar dari uraian tentang temuan dan pembahasan penelitian mengenai makna denotasi dan makna konotasi, secara spesifik sudah tidak lagi menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan konsep dan teori tentang elemen semiotika dari Roland Barthes mengenai makna denotasi dan konotasi dalam sebuah tanda, maka penelitian ini akan berfokus pada dua pembahasan utama, yaitu: (1) Makna denotasi Label Halal Indonesia; (2) Makna konotasi Label Halal Indonesia. Berpijak pada fokus pembahasan penelitian tersebut, secara praktis penelitian ini memiliki dua tujuan utama yang hendak yang dicapai, yakni: *Pertama*, untuk mengungkap lebih dalam makna denotasi Label Halal Indonesia; *Kedua*, untuk mengungkap lebih dalam makna konotasi Label Halal Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan agar dapat mengungkap lebih dalam tentang makna dibalik logo Halal Kementerian Agama berdasarkan perspektif semiotika. Maka dari itu, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menjustifikasi atau mendukung salah satu pihak yang memiliki pandangan pro atau kontra terhadap perilsan dan penetapan logo baru Label Halal Indonesia. Penelitian ini secara objektif dan akademis berlandaskan pada

konsep dan teori semiotika Roland Barthes, kemudian ditunjang dengan hasil analisis dan interpretasi berdasarkan data dan realita yang berkenaan wacana pemikiran dan dinamika pandangan mengenai label Halal Indonesia Kementerian Agama. Berangkat dari aspek objektif dan akademis tersebut, maka penelitian ini tidak memiliki kecenderungan secara subjektif untuk beropini dan memberikan penilaian terhadap logo baru Label Halal Indonesia.

METODE

Penelitian tentang makna Label Halal Indonesia ini menggunakan metode analisis semiotika. Penggunaan metode analisis semiotika dalam suatu penelitian, menurut Vera (2014, 40-41) pada tataran operasionalnya terdiri dari enam tahapan berikut, yaitu: (1) Menemukan topik yang menarik perhatian; (2) Merumuskan permasalahan dan fokus penelitian secara praktis; (3) Memilih teori yang sesuai dengan objek yang dianalisis; (4) Menentukan teknik analisis data; (5) Mengklasifikasikan data yang sudah dianalisis; (6) Membuat kesimpulan hasil penelitian.

Mengacu pada enam tahapan dalam prosedur penelitian dengan menggunakan metode analisis semiotika tersebut, maka pada penelitian tentang analisis semiotika Roland Barthes terhadap logo Label Halal Indonesia Kementerian Agama ini, secara empiris terdiri dari enam

langkah atau tahapan prosedur penelitian sebagai berikut:

1. Topik menarik yang menjadi objek penelitian ini ialah logo baru Label Halal Kementerian yang pada waktu perilisannya dan penetapannya menjadi *trending topic*, pemberitaan nasional dan polemik yang memicu silang pendapat dan perdebatan;
2. Permasalahan yang diangkat dan fokus pembahasan dalam penelitian ini ialah "makna" logo Halal Indonesia dari aspek denotasi dan konotasi;
3. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna pada sebuah tanda yang terdiri dari dua entitas, yaitu denotasi dan konotasi;
4. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu dengan cara menganalisis data-data kualitatif yang berkaitan dengan logo Label Halal Indonesia Kementerian Agama;
5. Klasifikasi data dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu data tentang makna denotasi dan data tentang makna konotasi dalam logo Label Halal Indonesia;
6. Menyimpulkan temuan-temuan penelitian tentang makna denotasi dan makna konotasi dari logo Label Halal Indonesia.

Selanjutnya, seperti yang telah disebutkan pada bagian Pendahuluan, penelitian ini secara spesifik

berlandaskan pada konsep dan menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes. Konsep dan teori semiotika Roland Barthes yang digunakan untuk menganalisis logo Label Halal Indonesia dalam penelitian ini ialah tentang makna denotasi dan makna konotasi yang terkandung dalam sebuah tanda. Makna "Denotasi dan Konotasi" ini merupakan salah satu elemen diantara empat elemen dalam ada dalam semiologi. Konsep dan teori tentang makna denotasi dan konotasi dari Barthes tersebut, secara lebih komprehensif dapat dibaca dalam *Elemen-Elemen Semiologi* (2012).

Merujuk pada pemikiran dan pandangan Barthes, bahwa secara teoretis setiap "tanda" (*sign*) memiliki sistem pemaknaan yang terdiri dari dua jenis, yaitu "Konotasi" dan "Denotasi" (Nasirin & Pithaloka, 2022). Adapun konotasi menurut Barthes merupakan tanda yang penandanya mempunyai tingkat konvensi atau kesepakatan yang tinggi namun tingkat keterbukaannya maknanya rendah; sedangkan denotasi ialah tanda yang menghasilkan makna-makna eksplisit (Riwu & Pujiati, 2018). Budiman (2011, 39) secara singkat menyebut bahwa denotasi adalah *makna literal* dan konotasi adalah *makna interpretual*. Berdasarkan langkah teoretis untuk mengungkap makna dengan cara menganalisis denotasi dan konotasi pada sebuah tanda, maka pada langkah praktisnya penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis

tanda denotasi dan tanda konotasi dalam Label Halal Indonesia.

Penelitian yang dilakukan ini dari segi kebaruan atau *novelty*, dapat dikatakan sebagai penelitian yang relatif baru karena berdasarkan hasil penelusuran *literature review* masih belum banyak ditemukan studi, kajian dan penelitian mengenai desain logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama. *Novelty* atau kebaruan yang coba 'ditawarkan' dalam penelitian ini semakin diperkuat dengan pendekatan dan teori yang digunakan untuk menganalisis logo baru Label Halal Indonesia, yakni semiotika Roland Barthes. Belum adanya suatu penelitian tentang logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama dengan menggunakan teori atau pendekatan semiotika, memposisikan penelitian yang dilakukan ini sebagai penelitian yang cukup baru dan aktual.

Namun pada sisi lain, meski penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian yang cukup baru, tapi pada dasarnya penelitian ini bukan yang paling awal dilakukan, karena berdasarkan hasil penelusuran *literature review* ada tiga hasil penelitian terdahulu yang mengkaji tentang logo baru Label Halal Indonesia. Penelitian terdahulu tersebut dilakukan oleh Rachman et al (2022); Saifuddin et al (2022); dan Huda (2022). Tiga hasil penelitian terdahulu tersebut, secara umum mengkaji dan meneliti logo baru Label Halal Indonesia. Oleh karena itu,

tiga hasil penelitian terdahulu tersebut memiliki aspek persamaan (*relevansi*) dengan penelitian ini. Relevansi tersebut terletak pada logo baru Label Halal Indonesia sebagai objek penelitian.

Namun secara spesifik, tiga penelitian terdahulu tersebut tidak menggunakan pendekatan atau teori khusus untuk mengkaji dan menganalisis logo baru Label Halal Indonesia. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan dan teori semiotika dari Roland Barthes untuk menganalisis logo Label Halal Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian yang dilakukan ini menjadi berbeda dengan tiga penelitian terdahulu tersebut. Aspek perbedaan (*distingsi*) antara penelitian ini dengan tiga penelitian terdahulu tersebut berada pada pendekatan studi dan penggunaan teori. Distingsi yang ada dalam penelitian ini, diharapkan menjadi sesuatu yang baru dan khas yang coba ditawarkan melalui temuan-temuan dan pembahasan dalam penelitian tentang makna Label Halal Indonesia dalam perspektif semiotika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

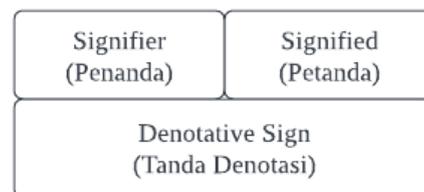
Berdasarkan hasil analisis terhadap desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia, kemudian ditunjang dengan hasil pengamatan serta pendalaman terhadap data-data yang berkenaan dengan logo baru Label Indonesia, maka ditemukan poin-poin penting dan strategis dalam penelitian

ini. Temuan dalam penelitian ini, secara sistematis dan komprehensif diuraikan dalam dua point pembahasan berikut, yaitu: (1) Makna Denotasi Label Halal Indonesia; (2) Makna Konotasi Label Halal Indonesia. Dua poin pembahasan tersebut ‘diturunkan’ dari fokus penelitian yang berlandaskan pada konsep dan teori semiotika dari Roland Barthes berkenaan dengan makna dalam sebuah tanda. Pembahasan dari temuan-temuan dalam penelitian ini, secara lebih rinci diuraikan dan dipaparkan sebagai berikut:

Makna Denotasi Label Halal Indonesia

Barthes dalam kerangka kajian semiotika membagi makna pada sebuah tanda menjadi dua tataran, yakni *denotasi* dan *konotasi*. Berlandaskan pada kerangka teori tersebut, maka pembahasan pertama dalam penelitian tentang desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama ini, ialah mengenai ‘makna denotasi’ dari Label Halal Indonesia. Secara konseptual, denotasi sendiri menurut Barthes merupakan tanda yang penandanya mempunyai tingkat konvensi (kesepakatan) yang tinggi, namun tingkat keterbukaan maknanya rendah. Denotasi ini, dengan kata lain merupakan tanda yang menghasilkan makna-makna *eksplisit* (Rusmana, 2014b). Makna denotasi secara praktis biasanya dipahami sebagai makna harfiah atau makna yang ‘sesungguhnya’.

Lebih lanjut Barthes menjelaskan bahwa makna denotasi ini terdiri dari dua elemen tanda, yaitu: penanda (*signifier*) dan *petanda* (*signified*) (Rahmawati, 2017). Makna denotasi ini merupakan *sistem makna primer* dan memiliki karakteristik ketertutupan makna. Berangkat dari uraian Barthes tersebut, Piliang & Audifax (2018, 7) mendefinisikan ‘denotasi’ dengan hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam penandaan. Kemudian Vera (2014, 28) dalam kerangka yang lebih operasional mendefinisikan ‘denotasi’ dengan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Secara lebih singkat, Berger (2015, 65) menyebut ‘konotasi’ sebagai *makna langsung* pada sebuah tanda. Berdasarkan dua elemen tanda yang ada pada makna denotasi, maka Sobur (2020, 69) menggambarkan skema dari ‘denotasi’ Barthes tersebut pada Gambar 5.



Gambar 5 Skema Tanda Denotasi dari Roland Barthes
Sumber: Sobur (2020, 69)

Berdasarkan gambar skema tersebut, dapat diketahui bahwa makna denotasi pada sebuah tanda, dibentuk dari dua elemen, yakni *signifier* dan *signified*. Atas dasar konsep dan teori tersebut, maka Rusmana (2014) menyatakan bahwa denotasi adalah

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

aspek makna sebuah tanda yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicaraan (penulis) dan pendengar. Secara lebih sederhana dapat dipahami bahwa makna denotasi ini sangat ditentukan oleh aspek *signifier* dan *signified*. Mengacu pada konsep dan operasional mengenai makna denotasi dari Barthes seperti yang telah dipaparkan tersebut, maka pada bagian ini mengeksplorasi dan mengelaborasi makna konotasi dari Label Halal Indonesia.

Berdasarkan penelusuran informasi dan penggalian data dari berbagai sumber, terutama dari media sosial dan beberapa pemberitaan pada media online, maka ditemukan beberapa fakta dan realita mengenai pemaknaan desain dan bentuk logo baru “Label Halal Indonesia” yang dirilis oleh Kementerian Agama. Berbicara tentang media sosial maupun media online, dewasa ini kedua *platform* tersebut bukan hanya sekedar media informasi dan komunikasi, tetapi lebih jauh dari itu di era disrupsi seperti sekarang ini media sosial dan media online dari segi fungsi keagamaan, telah menjadi “media dakwah” (Muzzammil, 2021). Oleh karena itu, banyak lembaga keagamaan di masa sekarang ini, termasuk Kementerian Agama, memiliki akun resmi media sosial sebagai sarana komunikasi dan media berbagi informasi, baik informasi umum maupun informasi keagamaan, seperti halnya informasi tentang

penetapan dan perilsan logo baru Label Halal Indonesia melalui akun resmi instagram @kemenag_ri milik Kementerian Agama.

Temuan penting dan pembahasan utama dalam fokus penelitian mengenai makna denotasi Label Halal Indonesia ini, dapat ditelusuri, diamati dan dianalisis pada konten akun instagram resmi Kementerian Agama tentang gambar logo Label Halal Indonesia. Konten tersebut diposting pada 13 Maret 2022, bertepatan dengan pengumuman resmi oleh Kementerian Agama tentang penetapan national Label Halal Indonesia melalui website resmi www.kemenag.go.id. Gambar 6 adalah logo baru dari Label Halal Indonesia yang diposting melalui instagram Kemenag.



Gambar 6 Logo Baru Label Halal Indonesia
Sumber: instagram @kemenag_ri

Berdasarkan di atas, dapat diketahui bahwa logo baru Label Halal Indonesia terdiri atas dua -meminjam istilah desain grafis- ‘elemen’ atau komponen, yaitu “Logogram” dan “Logotype”. Selanjutnya dapat dilihat secara jelas dalam gambar di atas,

bahwa disamping bentuk logo utama Label Halal Indonesia tersebut ada teks narasi yang menjelaskan mengenai Logogram dan Logotype dari logo Label Halal Indonesia. Berikut adalah kutipan lengkap dari teks narasi pada Gambar 6:

“Logogram berupa bentuk gunung dan motif surjan dengan tulisan halal dalam bahasa arab yang terdiri atas Ha, Lam Alif, dan Lam dalam satu rangkaian sehingga membentuk kata Halal. Logotype berupa Tulisan Halal Indonesia”

Kemudian di bagian bawah bentuk logo dan penjelasan logo, ada narasi teks berupa keterangan yang berbunyi: *“Dalam pengaplikasiannya, kedua komponen label ini tidak boleh dipisah”*. Itulah gambar logo baru Label Halal Indonesia yang diposting pada instagram resmi Kemenag di @kemenag_ri. Postingan tersebut mendapatkan lebih dari 12.000 *likes* dan 4.000 *comments*. Beragam tanggapan dan pandangan mewarnai kolom komentar tersebut, pada satu sisi banyak *netizen* yang merespon positif atas perilsan logo baru Label Halal Indonesia tersebut, namun pada sisi lain tidak sedikit juga *netizen* yang merespon negatif bahkan mengkritik desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia yang dirilis oleh Kemenag. Tanggapan dan respon *netizen* maupun berbagai kalangan yang dinamis dan heterogen terhadap desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia tersebut, membuatnya menjadi *trending topic* di

dunia maya dan berbagai *platform* media sosial.

Terlepas dari beragam komentar dan kontroversi yang menyertai perilsan logo baru Label Halal Indonesia tersebut, pada titik inilah menarik untuk dikaji dan dianalisis lebih dalam mengenai dua komponen berupa “Logogram” dan “Logotype” yang ada dalam logo baru Label Halal Indonesia ini. Analisis terhadap Logogram dan Logotype tersebut, secara empiris akan dapat mengungkap dan memetakan makna denotasi dari logo Label Halal Indonesia tersebut. Oleh karena itu, komponen atau elemen Logogram dan Logotype ini menjadi objek analisis utama dalam mengungkap makna Label Halal Indonesia dalam perspektif semiotika dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

Istilah “Logogram” dan “Logotype” sendiri, secara teoretis berasal dari ranah desain visual. Oleh karena itu, kedua istilah tersebut sering dipakai dan diaplikasikan pada kajian atau karya berupa desain grafis dan desain visual. Logogram dan Logotype ini merupakan elemen dasar dalam sebuah logo (Nurfitri, 2021), atau dengan kata lain dalam sebuah logo biasanya ada Logogram dan Logotype. Berdasarkan adanya Logogram dan Logotype pada logo baru Label Halal Indonesia (Gambar 6), maka perlu sedikit diulas secara konseptual dan teoretis mengenai Logogram dan Logotype. Ulasan tersebut berguna

dalam memetakan arti dan makna dari Logogram dan Logotype pada Label Halal Indonesia yang menjadi objek penelitian ini.

Logogram –atau sebagian ada yang menyebutnya dengan *Logomark*– adalah elemen gambar pada sebuah logo. Logogram merupakan simbol tulisan atau gambar yang mewakili sebuah kata atau makna, atau secara lebih sederhana dapat dipahami bahwa Logogram adalah logo yang ‘dituangkan’ dalam bentuk gambar. Logogram yang baik dan efektif dapat menjadi elemen visual yang kuat dan mudah diingat oleh siapapun yang melihatnya (Oscario, 2013). Rustan (2013, p. 13) mengemukakan bahwa Logogram memiliki fungsi utama untuk mempersingkat penulisan sebuah kata. Logogram sering juga disebut *Ideogram*, yakni sebuah simbol atau lambang yang mewakili sebuah ideologi.

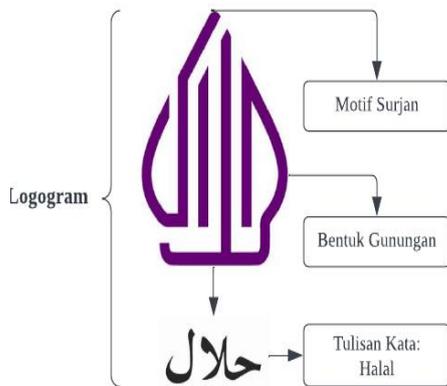
Logotype ialah tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan jenis huruf tertentu (Nurfitri, 2021). Logotype juga, secara praktis diartikan dengan sebuah logo yang merupakan hasil pengolahan jenis huruf (*font*) tertentu (Oscario, 2013). Rustan (2013, 13) menyatakan bahwa Logotype memiliki empat fungsi utama, yakni: (1) Identitas; (2) Tanda Kepemilikan; (3) Jaminan Kualitas; (4) Mencegah Pembajakan/Peniruan. Oscario (2013) memaparkan beberapa keunikan *Logotype* yang berasal dari pengolahan *font*, diantaranya: (1) Jenis *font script* menunjukkan formalitas,

keindahan dan keramahan; (2) Jenis *font* yang *bold* menunjukkan kekuatan; (3) Jenis *font* yang *italic* menunjukkan pergerakan. Oscario (2013) menegaskan bahwa setiap jenis *font* memiliki karakteristik yang dapat menyimbolkan karakteristik entitas yang diwakilinya.

Logogram dan Logotype tersebut merupakan dua elemen atau komponen yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah logo, termasuk juga logo “Label Halal Indonesia”. Oleh karena itu, Logogram dan Logotype yang ada pada Label Halal Indonesia ini menjadi entitas yang perlu untuk dikaji dan dianalisis lebih dalam agar dapat mengungkap makna dari logo Label Halal Indonesia tersebut.

Dianalisis dari perspektif semiotik dan kerangka kajian tentang visual grafis, maka dapat diketahui bahwa gambar dengan bentuk “gunungan wayang” yang ada pada Label Halal Indonesia tersebut merupakan Logogram dari logo Label Halal Indonesia. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1 dan penjelasan pada Gambar 6, secara eksplisit disebutkan bahwa bentuk Logogram pada Label Halal Indonesia tersebut berupa gambar “gunungan” yang terbangun atau terbentuk dari rangkain huruf hijaiyah, yakni Ha (ح) Lam Alif (لا) dan Lam (ل), yang dalam bahasa bahasa Arab membentuk kata *حلال* “Halal”. Adapun gaya tulisan (*writing style*) yang membentuk kata Halal tersebut berasal dari “surjan”, yaitu motif garis-garis pada model busana adat khas Jawa

Tengah. Secara rinci, Gambar 7 adalah bagian-bagian yang ada dalam komponen Logogram Label Halal Indonesia.



Gambar 7 Logogram pada Logo Label Halal Indonesia

Sumber: Diolah berdasarkan hasil analisis data

Berdasarkan gambar Logogram pada Label Halal Indonesia seperti yang dapat diamati pada Gambar 7 tersebut, maka dapat diketahui bahwa sekurang-kurangnya ada tiga entitas atau unsur dalam Logogram Label Halal Indonesia tersebut, yaitu *bentuk gunungan*, *motif surjan* dan *tulisan kata Halal*. Ketiga unsur atau entitas tersebut, merupakan suatu kesatuan dan menjadi realitas yang tidak bisa dipisahkan dalam melambangkan tulisan Halal dalam bahasa Arab dengan bentuk dasar gunungan dan gaya tulisan motif surjan. Menggunakan kerangka konsep dan kajian kaligrafi, pada dasarnya tulisan kata Halal dalam bahasa Arab pada Logogram tersebut merupakan salah satu bentuk kaligrafi. Secara lebih komprehensif mengenai kaligrafi ini, dapat diamati dan dipahami pada beberapa hasil studi dan kajian yang dilakukan oleh Yuwono (2005); Fitriani

(2011); Mujahidin (2016); dan Patriani (2017).

Mengacu pada temuan yang dijelaskan di atas, maka sampai pada bagian ini dapat dikemukakan secara jelas bahwa Logogram yang ada dalam Label Halal Indonesia pada dasarnya adalah tulisan kata Halal dalam bahasa Arab yang menyerupai bentuk “gunungan” dan disusun dari rangkaian huruf Arab yang disajikan dengan pola garis lurus menyerupai model “motif surjan”. Berdasarkan temuan tersebut, dapat diketahui dan dipahami bahwa bentuk desain dari logo baru Label Halal Indonesia yang disebut-sebut terlalu jawa sentris karena gambar gunungan yang dominan, pada dasarnya adalah tulisan kata Halal dalam bahasa Arab yang dibuat menyerupai bentuk gunungan (lihat Gambar 7). Kemudian anggapan terhadap desain logo baru Label Halal Indonesia yang terlalu mengedepankan seni, pada dasarnya juga adalah rangkaian huruf *Hijaiyah* yang membentuk kata Halal dalam bahasa Arab namun dikemas dengan kaligrafi yang mengadaptasi model motif surjan (lihat Gambar 7). Oleh karena itu, sampai pada titik dapat dinyatakan bahwa bentuk gunungan maupun unsur seni yang dianggap berlebih pada Label Halal Indonesia tersebut adalah tulisan kata Halal dalam bahasa Arab yang dikemas dalam bentuk Logogram.

Seperti yang sudah diulas pada bagian sebelumnya, bahwa Logogram sendiri adalah elemen gambar pada

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

sebuah logo. Logogram ini biasanya berisi tulisan yang dikemas atau menyerupai gambar yang mewakili suatu kata atau makna. Berdasarkan konsep dan teori tersebut, maka dapat diidentifikasi bahwa gambar gunung yang terbentuk dari tulisan kata Halal dalam bahasa Arab tersebut merupakan *elemen gambar* pada logo Label Halal Indonesia. Sedangkan, motif surjan yang diadaptasikan dalam rangkaian huruf *Hijaiyah* pembentuk kata Halal tersebut, adalah isi tulisan dari Logogram yang mewakili kata “Halal” dalam bahasa Arab. Logogram berupa gambar gunung dan berisi tulisan kata Halal dengan motif surjan tersebut, ditinjau dari kajian visual grafis, memiliki makna untuk mempersingkat tulisan dan memberikan kesan visual yang efektif dan menarik sehingga secara grafis logo tersebut mudah diingat oleh siapapun yang melihatnya. Realitas tentang makna dan fungsi Logogram dalam logo Label Halal Indonesia tersebut, secara konseptual dan teoretis sesuai dengan yang dikemukakan oleh Oscario (2013) dan Rustan (2013).

Pembahasan berikutnya mengenai temuan penelitian pada bagian makna denotasi Label Halal Indonesia ini, ialah tentang Logotype pada desain logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama. Dapat diamati pada Gambar 6 di atas, bahwa unsur atau elemen kedua dalam logo baru Label Halal Indonesia tersebut ialah sebuah Logotype berupa tulisan secara jelas dengan rangkaian

huruf kapital serta memiliki warna yang sama dengan Logogram di atasnya. Logotype tersebut adalah tulisan “HALAL INDONESIA”. Dari aspek konsep dan teori, telah diulas secara sekilas mengenai definisi dan fungsi Logotype pada suatu logo pada uraian sebelumnya. Oleh karena itu pada uraian selanjutnya, dipaparkan dan dibahas beberapa temuan penelitian terkait dengan elemen atau unsur Logotype dalam desain logo baru Label Halal Indonesia.

Berdasarkan hasil penelusuran dan penggalian data, didapatkan temuan bahwa jenis *font* (huruf) yang digunakan pada Logotype Label Halal Indonesia tersebut ialah *Roadfat Two* (Yatmo, 2022). Jenis font tersebut digunakan dalam tulisan “HALAL” pada logo Label Halal Indonesia. Merujuk pada hasil pencarian di website www.myfonts.com menunjukkan bahwa *creator* atau pembuat dari font tersebut adalah Rizki Permana. Gambar 8 secara lebih jelas temuan mengenai font yang digunakan pada tulisan “HALAL” dalam Logotype logo Label Halal Indonesia.



Gambar 8 Jenis Font Tulisan “HALAL” dalam Logotype Label Halal Indonesia
Sumber: www.myfonts.com

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

Selanjutnya menurut Yatmo (2022), untuk tulisan “INDONESIA” pada Logotype Label Halal Indonesia banyak alternatif pilihan font yang bisa digunakan, seperti misalnya *Futura Bold* atau *Avenir 95 Black*. Berdasarkan temuan hasil penelusuran data tentang jenis jenis font pada Logotype logo Label Halal Indonesia tersebut, maka dapat diidentifikasi bahwa melalui pemilihan jenis font tersebut, menunjukkan bahwa desain logo baru Label Halal Indonesia ini memiliki makna informasi yang jelas, eksplisit dan kuat. Keterpautan antara makna yang kuat dengan jenis font yang digunakan pada sebuah logo ini, mengacu pada apa yang dinyatakan oleh Oscario (2013), yakni jenis *font bold* (huruf tebal) pada Logotype menunjukkan kekuatan.

Berlandaskan pada konsep dan teori umum mengenai pemilihan jenis *font bold* yang menunjukkan kekuatan seperti yang telah dikemukakan di atas, maka sampai pada bagian ini dapat dikemukakan bahwa Logotype pada Label Halal Indonesia menunjukkan suatu informasi yang kuat yang ingin disampaikan melalui *Logotype* tersebut. Informasi itu secara jelas dapat dibaca dan dipahami dalam tulisan “HALAL INDONESIA”. Tulisan tersebut secara eksplisit menunjukkan makna yang kuat bahwa logo “Label Halal Indonesia” ini merupakan sebuah identitas atau ciri yang menandakan bahwa logo tersebut sebagai legalitas formal dari suatu produk halal. Oleh

karena itu, pada pratiknya logo “Label Halal Indonesia” tersebut diberikan pada suatu produk yang telah melewati serangkaian proses uji kehalalan, sehingga produk tersebut secara legal menjadi produk halal. Maka dari itu, dalam pengaplikasiannya Logogram (lihat Gambar 7) dan Logotype dalam Label Halal Indonesia ini tidak bisa dipisahkan (lihat Gambar 6). Logogram adalah tulisan Halal dalam bahasa Arab yang berbentuk gambar (gunungan dan motif surjan), sedangkan Logotype adalah tulisan Halal dalam bahasa Indonesia secara jelas dan mudah dibaca. Oleh karena itu keduanya saling menguatkan dan tidak bisa dipisahkan.

Hasil analisis dan penggalan data tentang Logogram dan Logotype pada desain baru logo Label Halal Indonesia seperti yang telah dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa makna mendasar dari logo baru Label Halal Indonesia tersebut ialah sebuah informasi tentang keterangan “Halal” dikemas dalam gambar (Logogram) dan tulisan (Logotype) yang unik dan variatif. Berdasarkan hasil analisis terhadap makna logo Label Halal Indonesia tersebut, maka dalam perspektif studi dan kajian semiotika dengan menggunakan konsep dan teori Roland Barthes, makna mendasar logo baru Label Halal Indonesia yang berupa informasi keterangan “Halal” yang dikemas dalam gambar dan tulisan tersebut merupakan *makna denotasi* dari logo baru Label Halal Indonesia.

Makna “denotasi” pada sebuah tanda (*sign*), seperti yang sudah dikemukakan pada awal pembahasan bagian ini, secara praktis ialah makna makna harfiah dan makna yang sesungguhnya dari sebuah tanda. Oleh karena itu, makna denotasi ini bersifat eksplisit dan langsung, atau secara sederhana makna denotasi ini adalah *makna yang sebenarnya* pada sebuah tanda. Makna dari itu, dengan menggunakan kerangka teori tentang makna denotasi, desain baru logo Label Halal Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Agama tersebut memiliki makna harfiah atau makna sebenarnya yaitu informasi keterangan halal yang dikemas dalam sebuah gambar (gunungan dan motif surjan) dan tulisan (berbahasa Indonesia).

Gambar yang ada dalam logo tersebut, sebenarnya adalah rangkaian huruf bahasa Arab untuk tulisan Halal yang membentuk gunungan dengan motif garis-garis seperti surjan. Tulisan kata Halal dalam bahasa Arab yang dibuat menyerupai gambar gunungan, disebut dengan Logogram. Kemudian tulisan yang ada dalam logo tersebut, berada di bawah Logogram (lihat Gambar 6), secara eksplisit merupakan tulisan kata “Halal Indonesia” dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan jenis huruf (*font*) *roadfat two* dan *futura bold*. Tulisan “Halal Indonesia” pada logo tersebut, disebut dengan Logotype.

Logogram dan Logotype ini merupakan dua unsur utama yang

membentuk desain logo baru Label Halal Indonesia. Dengan menganalisis makna harfiah kedua unsur dalam logo tersebut, maka secara eksplisit dapat diketahui makna sebenarnya dari logo Label Halal Indonesia ini. Makna harfiah atau makna sebenarnya dari desain logo baru Label Halal Indonesia tersebut, dalam kerangka kajian dan analisis semiotika Roland barthes, disebut dengan *makna denotasi*. Maka dari itu, sampai pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa desain logo baru “Label Halal Indonesia” memiliki makna denotasi, yakni sebuah informasi dan keterangan tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab yang disajikan melalui gambar menyerupai gunungan serta tulisan “Halal Indonesia” yang secara eksplisit dan jelas disajikan dalam tulisan berbahasa Indonesia dengan menggunakan jenis huruf tebal (*bold*) dan kapital untuk menunjukkan kejelasan informasi dan kekuatan makna.

Demikian makna denotasi atau makna harfiah (makna sebenarnya) dari desain logo baru Label Halal Indonesia berdasarkan hasil analisis terhadap unsur Logogram dan Logotype pada logo Label Halal Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Agama. Uraian terakhir pada bagian pembahasan makna denotasi Label Halal Indonesia ini, ialah pemaparan mengenai hasil analisis tentang elemen tanda pada makna denotasi. Pada bagian sebelumnya telah diulas bahwa menurut Barthes ada dua elemen tanda

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

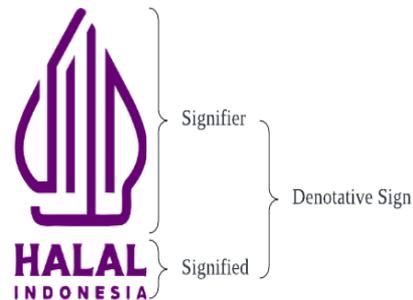
Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

pada makna denotasi, yaitu *signifier* dan *signified* (lihat Gambar 5). Menggunakan ‘pisau’ analisis elemen tanda tersebut, maka akan dapat ‘membedah’ elemen tanda pada desain baru logo Label Halal Indonesia. Analisis elemen tanda tersebut, secara empiris dan praktis akan dapat memetakan entitas *signifier* dan *signified* pada logo Label Halal Indonesia.

Makna denotasi pada sebuah tanda, seperti yang telah dikemukakan di bagian awal pembahasan ini, sangat ditentukan oleh entitas *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Dua entitas tersebut, pada tahap selanjutnya menjadi elemen utama pembentuk makna denotasi pada sebuah tanda (*sign*), termasuk pada logo Label Halal Indonesia. Berdasarkan realitas tersebut, maka dapat diketahui dan diidentifikasi bahwa pada logo Label Halal Indonesia ini terdapat dua elemen tanda yang terdiri dari *signifier* dan *signified*. Didasarkan atas hasil analisis dan identifikasi terhadap makna denotasi logo Label Halal Indonesia, maka dapat dinyatakan bahwa *Logogram* pada Label Halal Indonesia adalah *signifier* (penanda) dan *Logotype* pada Label Halal Indonesia adalah *signified* (petanda).

Identifikasi dan pemetaan *signifier* dan *signified* pada logo Label Halal Indonesia seperti yang telah dinyatakan di atas, didasarkan hasil analisis dan interpretasi makna harfiah *Logogram* dan *Logotype* pada logo Label Halal Indonesia. Secara lebih jelas, elemen

tanda pada makna denotasi Label Halal Indonesia, dapat digambarkan dalam skema Gambar 9.



Gambar 9 Elemen Tanda Denotasi pada Logo Label Halal Indonesia

Sumber: Diolah Berdasarkan Interpretasi Data

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa *Logogram* berupa gambar wayangan berposisi sebagai *signifier* atau penanda dalam Label Halal Indonesia, dan *Logotype* berupa tulisan “Halal Indonesia” berposisi sebagai *signified* atau petanda dalam Label Halal Indonesia. Kemudian dari elemen *signifier* dan *signified* tersebut, terbentuklah *denotative sign* logo Label Halal Indonesia. Mengacu pada temuan analisis semiotika tersebut, maka pada pembahasan selanjutnya akan diuraikan secara praktis mengenai *signifier* dan *signified* Label Halal Indonesia.

Signifier (penanda) dalam definisi sederhana, dapat diartikan dengan bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (entitas material), yaitu apa yang dikatakan, apa yang ditulis dan apa yang dibaca. Kemudian *signified* (petanda), secara praktis dapat diartikan dengan gambaran mental, yaitu pikiran atau konsep aspek mental

dari Bahasa (Fanani, 2013). *Signifier* mengacu pada tampilan fisik dari *sign* (tanda) yang dapat berupa goresan gambar, garis, warna maupun suara atau entitas tanda lainnya; adapun *signified* mengacu pada makna yang tersemat pada tampilan fisik *sign* tersebut. Berdasarkan konsep tersebut, maka dapat dipahami bahwa sebuah *sign* atau tanda adalah suatu realitas yang tidak bisa dipisahkan dari dua entitas, yaitu *signifier* untuk menjelaskan “bentuk” atau “ekspresi”, dan *signified* untuk menjelaskan “konsep” atau “makna” (Hendro, 2020). Istilah, konsep dan teori tentang *signifier* dan *signified* pada sebuah tanda (*sign*), pertama kali digagas oleh Saussure kemudian dikembangkan oleh Barthes (Djawad, 2016).

Dalam desain baru logo Label Halal Indonesia ini, seperti yang sudah dilakukan sebelumnya (lihat Gambar 9), dapat diketahui dan diamati bahwa tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab yang menyerupai gambar gunung diposisikan sebagai *signifier* (penanda) dan tulisan “Halal Indonesia” dalam bahasa Indonesia diposisikan sebagai *signified* (petanda) pada *sign* dalam bentuk logo “Label Halal Indonesia”. Elemen *signifier* dan *signified* tersebut, membentuk *denotative sign* atau makna denotasi desain baru logo Label Halal Indonesia –yang disebut oleh beberapa pihak sebagai versi dari– Kementerian Agama.

Elemen *signifier* pada Label Halal Indonesia seperti yang dijelaskan di

atas, pada dasarnya merupakan Logogram dari logo Label Halal Indonesia itu sendiri. Diposisikannya Logogram sebagai *signifier* atau elemen penanda pada Label Halal Indonesia, karena pada realitasnya Logogram berupa gambar gunung tersebut merupakan gambar dari rangkaian garis yang bermakna tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab. Gambar gunung tersebut menjadi “bentuk” dan “ekspresi” dari tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab sebagai makna dan pesan utama yang hendak disampaikan melalui desain logo baru Label Halal Indonesia.

Kemudian, elemen *signified* pada Label Halal Indonesia tersebut merupakan Logotype dari desain logo baru Label Halal Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Agama. Diposisikannya Logotype sebagai *signified* atau elemen petanda pada Label Halal Indonesia, karena secara eksplisit Logotype berupa tulisan “Halal Indonesia” menunjukkan makna harfiah dari logo Label Halal Indonesia tersebut. Selain itu, Logotype tersebut memperjelas dan memperkuat makna yang terkandung dalam Logogram yang menjadi *signifier* dalam Label Halal Indonesia ini. Unsur Logotype dalam logo Label Halal Indonesia tersebut, merupakan penjelasan dari “konsep” dan “makna” unsur dominan dalam logo Label Halal Indonesia, yakni gambar gunung yang dibentuk dari rangkaian tiga huruf *Hijaiyah* untuk kata “Halal”.

Demikian temuan dan pembahasan pada bagian makna denotasi Label Halal Indonesia. Berdasarkan uraian dan paparan hasil temuan yang telah diulas serta dibahas di atas, maka sampai pada bagian ini ada tiga poin penting yang perlu dikemukakan secara jelas, yaitu: *Pertama*, desain baru logo Label Halal Indonesia terdiri dari dua unsur, yaitu Logogram, yakni tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab yang berbentuk gunung, dan Logotype, yakni tulisan kata “Halal Indonesia” dalam bahasa Indonesia yang dicetak dengan huruf kapital secara tebal; *Kedua*, desain baru logo Label Halal Indonesia secara mendasar bermakna informasi atau keterangan halal yang dikemas dalam sebuah gambar Logogram dan tulisan Logotype; *Ketiga*, desain baru logo Label Halal Indonesia terdiri dari dua elemen tanda, yaitu *signifier* yang berasal dari unsur Logogram dan *signified* yang merupakan unsur Logotype.

Berdasarkan tiga poin penting yang telah dijelaskan di atas, maka pada bagian akhir pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa makna denotasi Label Halal Indonesia adalah sebuah informasi dan keterangan tulisan kata “Halal” dalam bahasa Arab yang disajikan melalui gambar menyerupai gunung, serta tulisan “Halal Indonesia” yang secara eksplisit dan jelas disajikan dalam tulisan berbahasa Indonesia dengan menggunakan jenis huruf tebal (*bold*) dan kapital. Itulah uraian tentang temuan dan

pembahasan mengenai makna denotasi Label Halal Indonesia didasarkan atas hasil analisis semiotika dan interpretasi data berupa Logogram dan Logotype Label Hala Indonesia. Uraian selanjutnya ialah pemaparan atas hasil temuan analisis semiotika tentang makna konotasi Label Halal Indonesia yang dirilis Kementerian Agama.

Makna Konotasi Label Halal Indonesia

Pembahasan kedua dalam penelitian tentang desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia Kementerian Agama ini, ialah mengenai ‘makna konotasi’ dari Label Halal Indonesia. Uraian dan pemaparan tentang makna konotasi Label Halal Indonesia ini mengacu pada kerangka teori semiotika Barthes yang menyatakan bahwa setiap tanda pada hakikatnya memiliki dua makna, yaitu *denotasi* dan *konotasi*. Oleh karena itu, setelah pada pembahasan sebelumnya dipaparkan secara komprehensif temuan dan analisis tentang makna denotasi Label Halal Indonesia, maka pada bagian ini akan diuraikan dan dibahas mengenai makna konotasi Label Halal Indonesia. Uraian pada pembahasan ini, berdasarkan hasil analisis semiotika dan interpretasi data terhadap desain baru logo Halal Indonesia dengan menggunakan kerangka teori semiotika Barthes.

Barthes (2007) menyatakan bahwa ‘konotasi’ merupakan makna pada tataran kedua dalam sebuah tanda.

Oleh karena itu, makna konotasi ini menjadi makna lanjutan dari makna denotasi yang melekat pada sebuah realitas tanda, termasuk logo Label Halal Indonesia sebagai sebuah tanda. Mengacu pada konsep teoretis tersebut, Rusmana (2006) menyebut makna konotasi ini dengan *sistem makna sekunder*, dan membedakannya dengan makna denotasi yang merupakan *makna primer*.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Barthes, bahwa secara teoretis konotasi adalah tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan petanda atau makna, atau dengan pengertian yang praktis konotasi adalah makna yang dapat menghasilkan makna tataran kedua yang bersifat implisit, tersembunyi atau makna konotatif (*connotative meaning*). Selain definisi konotasi yang dinyatakan oleh Barthes tadi, pada perkembangannya banyak definisi tentang konotasi dari berbagai literatur dan referensi, beberapa diantaranya akan dikutip dan menjadi landasan konseptual dan teori dalam penelitian analisis semiotika ini.

Piliang & Audifax (2018, 9) mendefinisikan konotasi sebagai aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai kebudayaan dan ideologi. Rusmana (2006, 116) mengungkapkan bahwa konotasi adalah makna yang menempel pada suatu tanda karena sejarah pemakaiannya. Secara operasional, Budiman (2011, 41) menyatakan,

konotasi adalah penanda (*signifier*) yang merujuk kepada seperangkat petanda (*signified*) atau fragmen ideologi tertentu. Secara singkat Vera (2014) memberikan definisi konotasi dengan sistem-sistem tanda yang dimaknai manusia. Mengamati definisi konotasi yang dipaparkan tersebut, maka dapat ditarik sebuah *benang merah* bahwa pada dasarnya konotasi ialah makna yang memiliki ideologi (budaya, emosi, perasaan, histori) pada sebuah tanda.

Menurut Hoed (2011), konsep konotasi yang diketengahkan Barthes memiliki tiga pandangan dasar, yaitu *pandangan budaya, pandangan politik dan pandangan ideologi*. Sama seperti yang dikemukakan oleh Rusmana, Hoed juga menyatakan bahwa konotasi berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman. Hoed juga menegaskan bahwa konotasi bukan hanya soal bahasa, melainkan sebuah fenomena budaya. Mengacu pada pernyataan tersebut, maka dapat diidentifikasi dan dipahami bahwa makna konotasi ini memiliki beberapa dimensi yang terkandung di dalamnya seperti, budaya, politik, ideologi bahkan sejarah. Oleh karena itu, dengan menganalisis makna konotasi pada suatu tanda, maka akan dapat mengungkap makna yang implisit di balik tanda tersebut. Realitas inilah yang coba diaplikasikan dalam analisis semiotika tentang makna konotasi desain baru logo Label Halal Indonesia.

Sama seperti makna denotasi yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya (lihat Gambar 5), pada

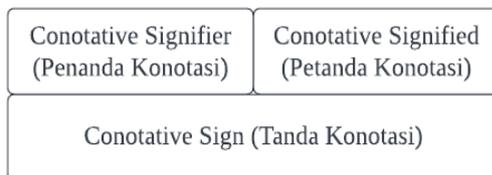
Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

makna konotasi ini juga terdapat elemen tanda di dalamnya. Danesi (2010) menjelaskan, elemen tanda pada makna konotasi terdiri dari *connotative signifier* (penanda konotatif) dan *connotative signified* (petanda konotatif). Dari dua elemen tanda tersebut, terbentuklah *connotative meaning* atau makna konotasi. Secara skematis, Sobur (2020) menggambarkan skema makna denotasi Barthes beserta dengan dua elemen tandanya dalam kerangka bagan pada Gambar 10.



Gambar 10 Skema Tanda Konotasi dari Roland Barthes
Sumber: Sobur (2020, 69)

Konsep dan teori tentang makna konotasi pada tanda dari Barthes seperti yang telah diulas tersebut, menjadi kerangka analisis untuk dapat mengamati dan mengungkap secara representatif makna konotasi desain dan bentuk logo Label Halal Indonesia Kementerian Agama. Maka dari itu, pada tataran aplikasinya prinsip makna konotasi dan elemen tanda konotasi tersebut digunakan sebagai 'pisau' analisis untuk 'membedah' makna implisit di balik desain baru logo Label Halal Indonesia. Lebih jauh dari itu, makna konotasi pada Label Halal Indonesia ini pada dasarnya merupakan "makna lanjutan" dari makna sebelumnya, yaitu makna denotasi. Jika makna denotasi lebih

bersifat langsung dan eksplisit, maka pada konotasi ini maknanya bersifat tidak langsung dan implisit. Berangkat dari realitas tersebut, maka perlu dilakukan analisis semiotika untuk dapat mengungkap makna konotasi di balik logo Label Halal Indonesia yang masih bersifat implisit.

Pembahasan mengenai hasil dan temuan analisis semiotika terhadap makna konotasi desain dan bentuk logo baru Label Halal Indonesia ini, dimulai dari hasil penelusuran dan penggalian data yang mengarah pada postingan akun instagram resmi @kemenag_ri pada 14 Maret 2022. Postingan tersebut berupa gambar dengan judul "*Filosofi Label Halal Indonesia*". Dalam postingan yang mendapatkan lebih dari 13.000 komentar tersebut, terdapat beberapa teks narasi yang berisi keterangan dan penjelasan makna filosofis logo Label Halal Indonesia. Secara lebih jelas, Gambar 11 adalah konten berupa gambar yang diposting di akun instagram resmi Kementerian Agama.



Gambar 11 Filosofi Label Halal Indonesia
Sumber: instagram @kemenag_ri

Pada Gambar 11 tersebut, dapat diamati dan diketahui ada beberapa gambar beserta penjelasan mengenai makna filosofi yang terkandung dalam desain baru logo Label Halal Indonesia. Penjelasan makna filosofi Label Halal Indonesia tersebut disajikan secara singkat namun informatif dengan narasi teks yang sederhana dan mudah dipahami secara universal. Untuk lebih memperjelas keterangan yang ada pada gambar tersebut, maka berikut ini adalah kutipan dari narasi teks yang berisi penjelasan makna filosofi Label Halal Indonesia:

LABEL HALAL INDONESIA secara filosofi mengadaptasi nilai-nilai ke-Indonesiaan. Bentuk dan corak yang digunakan merupakan artefak-artefak budaya yang memiliki ciri khas yang unik dan berkarakter kuat dan merepresentasikan Indonesia, bentuk label Halal Indonesia terdiri dari dua objek yaitu bentuk Gunungan dan Motif Surjan/Lurik.

GUNUNGAN berbentuk limas (lancip ke atas) melambangkan kehidupan manusia. Semakin tinggi ilmu dan semakin tua usia, manusia harus semakin mengerucut, semakin dekat dengan Sang Pencipta.

SURJAN juga disebut pakaian "takwah". Oleh karena itu, dalam pakaian itu terkandung makna-makna filosofi yang cukup dalam, diantaranya bagian leher baju surjan memiliki 3 pasang (6 biji kancing) yang kesemuanya itu menggambarkan rukun iman. Selain itu, motif surjan/lurik yang sejajar satu sama lain juga mengandung

makna sebagai pembeda/pemberi batas yang jelas. Hal itu sejalan dengan fungsi Halal Indonesia untuk memberi kepastian atau jaminan produk Halal Indonesia.

Itulah kutipan narasi teks berisi penjelasan makna filosofis Label Halal Indonesia yang terdapat pada Gambar 11. Berdasarkan kutipan narasi teks tersebut, maka dapat diidentifikasi bahwa sekurang-kurangnya ada tiga penjelasan yang terdapat pada gambar filosofi Label Halal Indonesia, yaitu: (1) Penjelasan secara keseluruhan mengenai bentuk Label Halal Indonesia mengadaptasi dua objek, yaitu gunungan dan surjan; (2) Penjelasan makna filosofi gunungan yang menjadi objek Label Halal Indonesia; (3) Penjelasan makna filosofi motif surjan yang menjadi objek Label Halal Indonesia. Itulah tiga penjelasan makna filosofi Label Halal Indonesia yang disampaikan melalui narasi teks singkat yang terdapat pada postingan instagram mengenai "Filosofi Label Halal Indonesia" seperti Gambar 11.

Menarik untuk dianalisis lebih lanjut, secara filosofis makna implisit di balik desain baru logo Label Indonesia ditampilkan oleh entitas tanda berupa gambar gunungan dan surjan yang menjadi objek yang diadaptasi menjadi logo dari Label Halal Indonesia. Mengacu pada dua objek tanda yang menjadi logo Label Halal Indonesia tersebut, maka analisis semiotika untuk dapat mengungkap makna konotasi Label Halal Indonesia, difokuskan pada

pengamatan dan penggalian data mengenai “gunungan” dan “surjan” yang menjadi objek tanda pada Label Halal Indonesia. Maka dari itu, uraian selanjutnya akan membahas dan memaparkan hasil analisis dan temuan penelitian yang berkaitan dengan objek tanda berupa *gambar gunung* dan *motif lurik* dalam Label Halal Indonesia.

Gambar ‘gunungan’, seperti yang sudah dikemukakan sebelumnya, dalam konteks Label Halal Indonesia yang dirilis dan ditetapkan oleh Kementerian Agama memiliki makna yang terkait dengan realitas dan dimensi keagamaan, bukan hanya aspek dan entitas budaya. Makna dan arti gambar gunung yang berdimensi agama ini, dalam konteks logo Label Halal Indonesia disebut dengan makna “filosofi”, yakni kematangan dalam ilmu dan usia harus disertai juga dengan kedekatan Allah swt sebagai Sang Pencipta. Layaknya seperti ujung gunung yang lancip atau berbentuk limas, maka seperti itulah harusnya kehidupan manusia, semakin tajam ilmunya, maka semakin mengerucut kedekatannya dengan Allah swt. Oleh karena itu, gambar gunung dikonotasikan sebagai lambang kehidupan seorang muslim. Itulah arti filosofi atau makna konotasi dari gunung yang menjadi objek utama dalam logo Label Halal Indonesia seperti yang sudah dikemukakan dalam Gambar 11.

Selanjutnya, jika dianalisis dan digali lebih luas dan mendalam, maka

akan didapatkan beberapa fakta dan temuan terkait dengan arti atau makna dari gunung. Berdasarkan hasil penelusuran terhadap berbagai sumber dan referensi, maka ditemukan beberapa informasi dan fakta mengenai entitas ‘gunungan’ yang menjadi objek pada logo Label Halal Indonesia. Dalam konteks budaya dan sejarahnya, gunung merupakan perangkat dalam kesenian wayang kulit, yakni sebuah benda yang berwujud menyerupai gunung. Gunung ini pertama kali diciptakan pada tahun 1443 Caka. Istilah lain untuk menyebut gunung ialah *kayon*, yakni sebuah simbol yang dibuat dari mata kayu untuk menggambarkan *pohon hayat* (fase kehidupan) manusia. Dalam gambaran *pohon hayat* tersebut, dilengkapi juga dengan gambaran makhluk penghuni bumi lainnya.

Menurut Setyaningrum (2022), ada dua jenis gunung berdasarkan ornamennya, yaitu gunung jenis *kayon blumbangan* dan gunung jenis *kayon gapuran*. Pada jenis yang pertama, yaitu *kayon blumbangan*, gunung ini memiliki ornamen *blumbangan* atau kolom lengkap dengan air dan ikan serta beberapa hewan lainnya. Kemudian pada jenis yang kedua, yaitu *kayon gapuran*, gunung ini memiliki ornamen gapura yang dijaga oleh dua sosok raksasa pada sisi kanan dan sisi kiri gapura. Daris aspek desain, gunung ini digambar atau *disungging* pada dua belah sisinya. Pada satu sisi digambar sesuai dengan jenis

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

ornamennya (*blumbangan* atau *gapuran*), dan pada sisi lain *disungging* (diberi gambar) dengan sosok *banaspati*. Pada penerapannya dalam pewayangan, gunung ini berfungsi sebagai tanda mulai dan berakhirnya pergelaran, pembuka dan penutup adegan dan menggambarkan bentuk wayang yang abstrak.

Setyaningrum (2022) mengungkapkan bahwa bentuk dan ornamen pada gunung memiliki makna filosofis, diantaranya: (1) Bentuk kerucut lancip ke atas melambangkan kehidupan manusia yang makin tua harus semakin dekat kepada sang pencipta; (2) Ornamen gapura dan dua penjaga melambangkan baik-buruknya hati dan sifat manusia; (3) Tameng dan gada yang dipegang oleh dua penjaga gapura melambangkan penjagaan alam dan terangnya alam; (4) Pohon yang tumbuh menjalar dari bawah sampai ke atas puncak gunung melambangkan manusia yang tumbuh dan bergerak dinamis sehingga bermanfaat bagi alam semesta, selain itu pohon juga dimaknai dengan lambang perlindungan Tuhan kepada manusia; (5) Rumah Joglo (Gapura) melambangkan suatu negara yang di dalamnya mempunyai kehidupan yang aman, bahagia dan tentram; (6) Adanya gambar beberapa hewan seperti burung melambangkan keindahan, banteng melambangkan kekuatan dan keuletan, kera melambangkan pilihan hidup, dan harimau yang melambangkan sosok seorang pemimpin.

Itulah makna dan arti dari setiap detail ornamen yang ada dalam gunung. Secara lebih jelas, Gambar 12 adalah gambar gunung (*gapuran*) yang makna filosofisnya telah dipaparkan tersebut:



Gambar 12 Gunung Gapuran

Sumber: www.wikipedia.org

Bentuk dan makna dari gunung yang telah diulas di atas, diadaptasi menjadi objek dasar dalam bentuk logo "Label Halal Indonesia" yang dirilis dan ditetapkan oleh Kementerian Agama. Bentuk dan makna gunung secara spiritual dan religius tersebut, dikontekstualisasikan dan ditransformasikan ke dalam nilai-nilai keislaman yang secara ideal dan normatif harus menjadi prinsip hidup setiap muslim. Pada dasarnya, makna yang terkandung dalam bentuk dan ornamen gunung tersebut sejalan dengan nilai-nilai ajaran Islam yang selalu aktual dan kontekstual, oleh karena itu tidak salah dan tidak berlebihan jika gunung menjadi objek dasar dari bentuk dan desain baru logo Label Halal Indonesia yang mempunyai makna filosofi yang dalam. Demikian pemaparan dan pembahasan tentang temuan entitas gunung yang menjadi

objek pertama dari Label Halal Indonesia. Uraian selanjutnya ialah pemaparan dan pembahasan mengenai surjan sebagai objek kedua dari logo Label Halal Indonesia.

‘Surjan’ pada dasarnya adalah model pakaian khas Jawa Tengah yang memiliki motif garis lurus (Bahasa Jawa: *Lurik*). Berdasarkan penelusuran sejarah, surjan ini dibuat oleh Sunan Kalijaga (Salah satu Wali Songo). Pembuatan surjan oleh Sunan Kalijaga ini berlandaskan al-Qur’an Surat (QS) Al-A’raf [7] ayat 26: *Yā banī ādama qad anzalnā ‘alaikum libāsay yuwārī sau’ātikum wa rīsyā(n), wa libāsut-taqwā zālīka khair(un), zālīka min āyātillāhi la’allahum yazzakkarūn(a)*. Terjemahan dalam bahasa Indonesia dari ayat tersebut ialah:

Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). Akan tetapi pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.

Sunan Kalijaga selanjutnya menjadikan ‘surjan’ ini sebagai model pakaian rohani atau disebut juga dengan ‘baju takwa’. Dalam *baju takwa* tersebut terkandung harapan agar orang yang memakai baju tersebut selalu ingat kepada Allah swt (Kurnia, 2018). Istilah “Surjan” sendiri diambil dari kata *سِرَاجًا* (*sirājan*) yang ada dalam QS. Al-Ahzab [33] ayat 46: *Wa dā’iyan*

ilallāhi bi’iznihī wa sirājam munīrā(n). Secara bahasa, kata *sirājan* sendiri berarti “pelita”, oleh karena itu dalam ayat tersebut kata *sirājan* dirangkaikan dengan kata *munīrā(n)* yang memiliki arti lengkap “Pelita yang Menerangi” (*سِرَاجًا مُنِيرًا*).

Kurnia (2018) menjelaskan bahwa surjan memiliki nilai dan makna filosofis yang lekat dengan Islam, seperti misalnya pada bagian leher surjan memiliki terdapat 6 mata kancing yang melambangkan Rukun Iman. Kemudian pada bagian dada, terdapat 2 mata kancing yang bermakna dua kalimah syahadat. Selanjutnya ada juga 3 mata kancing pada bagian perut sebagai simbol tiga jenis nafsu manusia, yakni *Lawwamah*, *Amarah*, dan *Sufiyah*. Terakhir pada bagi tangan di sisi kanan dan kiri surjan, terdapat 5 mata kancing yang melambangkan Rukun Islam.

Lebih jauh dari itu, surjan ini juga sangat khas dan identik dengan motifnya. Secara populer motif yang ada pada baju surjan tersebut dikenal dengan *lurik*, yaitu motif berbentuk garis lurus. *Lurik* sendiri berasal dari kata *lorek*, yang berarti *garis-garis* yang melambangkan kesederhanaan (Agus, 2016). Surjan motif *lurik* inilah yang dibuat oleh Sunan Kalijaga dan disebut juga dengan *baju takwa*. Secara lebih jelas Gambar 13 adalah gambaran surjan dengan motif *lurik*:

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta
pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573
Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152



Gambar 13 Surjan Motif Lurik
Sumber: www.wikipedia.org

Menurut penjelasan Agus (2016), selain motif lurik yang sudah populer, pada juga ada beberapa motif lain dari surjan, yaitu motif *ontrokusuma*, yakni surjan dengan motif gambar bunga dan motif *jagad*, yakni surjan dengan motif gambar yang abstrak. Berdasarkan jenis motif yang ada pada surjan tersebut, maka dapat diketahui bahwa yang menjadi objek dalam logo Label Halal Indonesia adalah surjan dengan motif lurik yang memiliki makna filosofi seperti yang sudah dijelaskan pada Gambar 11. Demikian pemaparan dan pembahasan temuan yang terkait dengan surjan motif lurik yang menjadi objek kedua dalam logo Label Halal Indonesia. Berdasarkan temuan tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa meskipun entitas surjan berasal dari Jawa Tengah, tetapi makna dan nilai yang terkandung di dalamnya sangat universal dan sangat Islami.

Terakhir entitas tanda yang perlu diungkap dan dipaparkan pada desain logo baru Label Halal Indonesia ini ialah aspek warna yang diterapkan dalam logo Label Halal Indonesia tersebut. Meskipun warna tersebut

tidak secara eksplisit dijelaskan pada postingan di instagram resmi Kementerian Agama, namun warna yang ada dalam Label Halal Indonesia tersebut tidak luput dari perbincangan dan pemberitaan pada beberapa media, termasuk juga menjadi bahan diskusi pada di beberapa media sosial. Gambar 14 adalah salah satu pemberitaan yang mengangkat topik tentang warna Label Halal Indonesia:



Gambar 14 Pemberitaan tentang Warna Label Halal Indonesia
Sumber: www.republika.co.id

Berangkat adanya pemberitaan tentang warna yang digunakan dalam logo baru Label Halal Indonesia tersebut, maka realitas tersebut perlu dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil penelusuran dan penggalan data dari *Headline* Republika di atas (Gambar 15), maka didapatkan temuan tentang aspek warna dalam logo Label Halal Indonesia. Penjelasan mengenai pemilihan warna ungu pada Label Halal Indonesia didapatkan dari Muhammad Aqil Irham, Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama.

Irham menjelaskan bahwa Label Halal Indonesia yang dikeluarkan oleh BPJPH Kementerian Agama terdiri dari

dua jenis warna, yaitu warna primer dan warna sekunder. Ungu menjadi warna primer dalam Label Halal Indonesia. Warna ungu tersebut merepresentasikan makna keimanan, kesatuan lahir dan imajinasi. Kemudian warna sekunder dari Label Halal Indonesia tersebut ialah toska. Dalam warna toska ini terkandung makna kebijaksanaan, stabilitas dan ketenangan (Mukhtar & Fakhrudin, 2022). Demikian makna implisit yang terkandung dalam warna ungu dan toska sebagai warna primer dan warna sekunder yang digunakan dalam desain baru logo Label Halal Indonesia.

Hasil temuan terhadap objek dan warna dalam Label Halal Indonesia seperti yang telah dipaparkan dan dibahas di atas, pada bagian yang terakhir ini akan dianalisis dan dipetakan dengan menggunakan kerangka skema tanda konotasi dari Barthes. Pemetaan ini berguna untuk dapat mengidentifikasi dan mengetahui elemen tanda konotasi yang terdapat dalam logo Label Halal Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan kerangka teori tentang makna konotasi dalam kajian semiotika Barthes, maka dapat diketahui dan dipetakan bahwa gunung, surjan dan warna ungu serta toska yang menjadi objek dari Label Halal Indonesia tersebut merupakan *connotative signifier* (penanda konotasi) dalam entitas Label Halal Indonesia. Kemudian, nilai dan makna filosofi yang terkandung dalam objek logo tersebut merupakan

connotative signified (petanda konotasi) dalam realitas Label Halal Indonesia. Elemen *connotative signifier* dan *connotative signified* inilah yang membentuk *connotative sign* atau makna konotasi pada tanda logo Label Halal Indonesia. Demikian pemetaan atas skema tanda yang terdapat pada makna konotasi Label Halal Indonesia. Berdasarkan pemetaan tersebut, maka dapat diketahui secara jelas bahwa makna konotasi Label Halal Indonesia terbentuk oleh penanda konotasi dan petanda konotasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian yang telah dipaparkan dan dibahas secara komprehensif pada bagian 'Hasil dan Pembahasan', maka pada bagian ini ada dua poin penting yang perlu dikemukakan, yaitu: *Pertama*, secara semiotik Label Halal Indonesia tersebut memiliki makna denotasi yang berarti suatu informasi dan keterangan tulisan kata "Halal" dalam bahasa Arab yang disajikan melalui gambar menyerupai gunung, serta tulisan "Halal Indonesia" yang secara eksplisit dan jelas disajikan dalam tulisan berbahasa Indonesia dengan menggunakan jenis huruf tebal (*bold*) dan kapital. Dalam perspektif semiotika, makna denotasi tersebut dibentuk oleh *signifier* berupa unsur Logogram dan *signifier* berupa unsur Logotype dalam logo Label Halal Indonesia.

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

Kedua, secara semiotika Label Hala Indonesia tersebut memiliki makna konotasi yang berarti kedekatan antara seorang muslim dengan Allah swt, keimanan, kesederhanaan, kebijaksanaan, keseimbangan, kesatuan, ketenangan dan perbedaan antara yang baik (*haq*) dan yang buruk (*bathil*). Dalam perspektif semiotika, makna konotasi tersebut dibangun atas objek dan warna yang digunakan dalam logo Label Halal Indonesia. Entitas objek dan warna merupakan *connotative signifier*, dan makna filosofi dari objek dan warna tersebut menjadi *connotative signified*.

Mengacu pada dua poin hasil analisis dan temuan tersebut, maka secara spesifik dapat disimpulkan bahwa desain baru logo Halal Indonesia menunjukkan pada suatu keterangan dan informasi tentang legalitas dan

formalitas kehalalan dalam suatu produk. Label Halal Indonesia tersebut menjadi tanda (*sign*) yang dapat memberikan keterangan serta informasi tentang produk Halal yang ada maupun yang masuk ke Indonesia.

Penelitian tentang analisis semiotika terhadap logo Label Halal Indonesia ini masih terbatas pada kerangka teori dan kajian semiotika dari Roland Barthes. Oleh karena itu, dalam perspektif semiotika penelitian atau studi tentang logo Label Halal Indonesia masih perlu dikembangkan lagi dengan cara menggunakan kerangka analisis dari teori-teori semiotika lainnya. Mengacu pada realitas tersebut, maka masih banyak peluang untuk melakukan penelitian tentang logo Label Halal Indonesia dengan berbagai perspektif atau disiplin keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. R. (2022, March 13). Anwar Abbas Kritik Logo Halal Baru: Tak Ada Lambang MUI dan Kedepankan Seni. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/13/20533341/anwar-abbas-kritik-logo-halal-baru-tak-ada-lambang-mui-dan-kedepankan-seni>
- Agus. (2016, June 12). Surjan Terdiri Beragam Motif, Berikut Maknanya. Kedaulatan Rakyat Jogja. <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/429141/surjan-terdiri-beragam-motif-berikut-maknanya>
- Barthes, R. (1977). Elements of semiology. Farrar, Straus and Giroux.
- Barthes, R. (2007). Petualangan Semiologi. In W. Udasmoro (Ed.), Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Pustaka Pelajar.
- Barthes, R. (2012). Elemen-Elemen Semiologi (A. Hartono, Ed.). Jelasutra.
- Berger, A. A. (2015). Pengantar Semiotika: Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer (M. Yahya, Ed.). Tiara Wacana.
- Budiman, K. (2011a). Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas. Jelasutra.
- Budiman, K. (2011b). Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas. Jelasutra.

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

- Danesi, M. (2010). Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. In A. Adlin (Ed.), Yogyakarta: Jalasutra. Jalasutra.
- Djawad, A. A. (2016). Pesan, Tanda, dan Makna dalam Studi Komunikasi. *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 1(1), 95-101. <https://doi.org/10.33654/STI.V1I1.344>
- Fanani, F. (2013). Semiotika Strukturalisme Saussure. *Jurnal The Messenger: Cultural Studies, IMC and Media*, 5(1), 10-15. <https://doi.org/10.26623/THEMESSENGER.V5I1.149>
- Fitriani, L. (2011). Seni Kaligrafi: Peran Dan Kontribusinya terhadap Peradaban Islam. *El Harakah: Jurnal Budaya Islam*, 13(1), 1-12. <https://doi.org/10.18860/EL.V0I0.2014>
- Haryadi, T. (2016). Analisis Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi "Es Kacang Ijo" dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes. *JADECS: Journal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies*, 1(1), 1-16. <https://doi.org/10.17977/UM037V1I12016P>
- Hendro, E. P. (2020). Simbol: Arti, Fungsi, dan Implikasi Metodologisnya. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2), 158-165. <https://doi.org/10.14710/ENDOGAMI.3.2.158-165>
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. In Jakarta: Komunitas Bambu. Komunitas Bambu.
- Huda, M. D. M. (2022). Analisa Sentimen terhadap Logo Halal Baru pada Twitter dengan Menggunakan National Research Council Canada Lexicon dan Naive Bayes. <https://etheses.uinsgd.ac.id/60259/>
- Huppertz, D. J. (2015). Roland Barthes, Mythologies. *Design and Culture: The Journal of The Design Studies Forum*, 3(1), 85-100. <https://doi.org/10.2752/175470810X12863771378833>
- Khoeron, M. (2022, March 12). Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional. Kementerian Agama RI. <https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>
- Kurnia, A. (2018, June 6). Filosofi, Sejarah, Mitos, Budaya, Jenis dan Makna Surjan Jogja. Kaskus. <https://www.kaskus.co.id/thread/5b17d61de052277c778b4568/filosofi-sejarah-mitos-budaya-jenis-dan-makna-surjan-jogja/>
- Mujahidin, M. F. (2016). Pemikiran Kaligrafi Arab di Indonesia. *Center of Middle Eastern Studies (CMES): Jurnal Studi Timur Tengah*, 9(2), 179-188. <https://doi.org/10.20961/CMES.9.2.15160>
- Mukhtar, U., & Fakhrudin, M. (2022, March 13). Mengapa Logo Halal Baru Berwarna Ungu? Ini Penjelasan BPJPH. *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/r8oy72327/mengapa-logo-halal-baru-berwarna-ungu-ini-penjelasan-bpjph>
- Muzzammil, F. (2021). Moderasi Dakwah di Era Disrupsi: Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(2), 109-129. <https://doi.org/10.38075/TP.V15I2.175>
- Nasirin, C., & Pithaloka, D. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Konsep Kekerasan Dalam Film *The Raid 2 Berandal*. *JDMR: Journal of Discourse and*

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

- Media Research, 1(1), 28-43. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/14>
- Nurfitri, R. (2021). Analisis Tanda dan Makna pada Desain Logo Sanggar Tari Puspitasari. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 3(01), 48-57. <http://jurnal.machung.ac.id/index.php/citradirga/article/view/424>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202. <https://doi.org/10.21512/HUMANIORA.V4I1.3429>
- Patriani, S. R. (2017). Pengaruh Sosiokultural Budaya Islam terhadap Seni Lukis Kaligrafi di Indonesia. *Buana Pendidikan: Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Unipa Surabaya*, 13(23), 76-88. <https://doi.org/10.36456/bp.vol13.no23.a453>
- Piliang, Y. A. (2004). Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 5(2), 189-198. <https://doi.org/10.29313/MEDIATOR.V5I2.1156>
- Piliang, Y. A., & Audifax. (2018a). Kecerdasan Semiotika: Melampaui Dialektika dan Fenomena. *Cantrik Pustaka*.
- Piliang, Y. A., & Audifax. (2018b). Kecerdasan Semiotika: Melampaui Dialektika dan Fenomena. *Cantrik Pustaka*.
- Pratiwi, T. S., Putri, Y. R., & Sugandi, M. S. (2015). Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Logo Calais Tea. *EProceedings of Management*, 2(3), 4327-4336. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2456>
- Rachman, A., Maemunah, & Ulpah, M. (2022). Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Antara Urgensi, Seni, dan Esensi. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*, 4(2), 245-262. <https://doi.org/10.21093/EL-BUHUTH.V0I0.4700>
- Rahmawati, I. (2017). Semiotik Teks Roland Barthes dalam Kehidupan Kontemporer Umat Beragama Mmengenai Fenomena Padu Padan Kebaya. *Tamaddun: Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam*, 17(2), 29-43. <https://doi.org/10.19109/TAMADDUN.V17I2.2532>
- Riwu, A., & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara. *Deiksis*, 10(03), 212-223. <https://doi.org/10.30998/DEIKSIS.V10I03.2809>
- Rusmana, D. (2006a). Tokoh dan Pemikiran Semiotik Kontemporer: Dari Semiotik Struktural Hingga Dekonstruksi. In Bandung: Tazkiya Mandiri Utama. Tazkiya Mandiri Utama.
- Rusmana, D. (2006b). Tokoh dan Pemikiran Semiotik Kontemporer: Dari Semiotik Struktural Hingga Dekonstruksi. In Bandung: Tazkiya Mandiri Utama. Tazkiya Mandiri Utama.
- Rusmana, D. (2014a). Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural hingga Dekonstruksi Praktis. In Bandung: CV. Pustaka Setia. CV Pustaka Setia.
- Rusmana, D. (2014b). Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural hingga Dekonstruksi Praktis. In Bandung: CV. Pustaka Setia. CV Pustaka Setia.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain LOGO*. Gramedia Pustaka Utama.

Wawasan:

Jurnal Kediklatan Balai Diklat Keagamaan Jakarta

pISSN: 2548-9232; eISSN: 2775-3573

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023: 120-152

- Saifuddin, Lutfi, M., Rofani, F., Abidin, S., Fauzan, Moh., & Muzadi, H. (2022). PKM Pemahaman dan Pengenalan Label Halal dan Logo Baru pada Santri di Pondok Pesantren Lubbul Labib Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22-35. <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/Khidmat/article/view/546>
- Setyaningrum, P. (2022, February 2). Sejarah dan Filosofi Gunungan Wayang Kulit, Digunakan dalam Uang Logam sampai Simbol G20. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2022/02/02/180653778/sejarah-dan-filosofi-gunungan-wayang-kulit-digunakan-dalam-uang-logam?page=all>
- Setyoko, A., & Yudianto, R. H. (2022). Karya Seni Poster Shepard Fairey dalam Kajian Semiotika Van Zoest: Analisis Sintaksis, Simantik dan Pragmatik. *Jurnal Sasak: Desain Visual Dan Komunikasi*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.30812/SASAK.V4I1.1778>
- Sobur, A. (2020a). *Semiotika Komunikasi*. In Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2020b). *Semiotika Komunikasi*. In Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.
- Suherdiana, D. (2008). Konsep Dasar Semiotika dalam Komunikasi Massa menurut Charles Sanders Peirce. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(12), 371-407. <https://doi.org/10.15575/IDAJHS.V4I12.399>
- Vera, N. (2014a). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. In Bogor: Ghalia Indonesia. Ghalia Indonesia.
- Vera, N. (2014b). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. In Bogor: Ghalia Indonesia. Ghalia Indonesia.
- Wulansari, R., Setiana, R. A., & Aziza, S. H. (2020). Pemikiran Tokoh Semiotika Modern. *Textura: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Ilmu-Ilmu Linguistika, Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 48-62. <https://www.journal.piksi.ac.id/index.php/TEXTURA/article/view/273>
- Yatmo, D. A. (2022, March 14). Ternyata Ini Nama Font Logo Halal Terbaru 2022 yang Viral dan Trending di Indonesia. *Media Pemasang*. <https://pemasang.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-2403975661/ternyata-ini-nama-font-logo-halal-terbaru-2022-yang-viral-dan-trending-di-indonesia?page=2>
- Yudithadewi, D., & Parikesit, B. S. (2021). Menelusuri Semiotika Budaya Mazhab Tartu-Moscow-Semiotic School. *Semiotika: Jurnal Komunikasi*, 15(2), 112-118. <https://doi.org/10.30813/S:JK.V15I2.2794>
- Yuwono, E. C. (2005). Pengaruh Gaya Kaligrafi dalam Desain Logotype. *Nirmana: Journal of Visual Design Communication*, 7(1), 67-84. <http://203.189.120.189/ejournal/index.php/dkv/article/view/16443>
- Zoest, A. Van. (1992). *Serba-Serbi Semiotika*. Gramedia.