

# ARTCHIVE

Indonesia  
Journal of  
Visual Art  
and Design

# ARTCHIVE

Indonesia Journal of Visual Art and Design

Volume 04, No.02, 2023, E-ISSN : 2723-536X

---

Jurnal *Artchive* merupakan Jurnal Ilmiah Berkala tentang Seni Rupa dan Desain maupun ilmu pengetahuan yang memiliki keterkaitan dengan ranah kajian tersebut, terbit dalam dua kali setahun. Pengelolaan Jurnal *Artchive* berada di dalam lingkup Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Padangpanjang

## **Penanggung Jawab**

Yusril

## **Editor In-Chief**

Yandri

## **Editor on Board**

Ahmad Bahrudin, ISI Padangpanjang  
Harissman, ISI Padangpanjang  
Rajudin, ISI Padangpanjang  
Amrizal, ISI Padangpanjang  
F.X.Yatno Karyadi, ISI Padangpanjang  
Fadlul Rahman, ISI Padangpanjang  
Yuliarni, ISI Padangpanjang  
Handoko, Universitas Andalas  
Nuning Y Damayanti, Institut Teknologi Bandung

## **Mitra Bebestari**

Andar Indra Sastra, ISI Padangpanjang  
Rosta Minawati, ISI Padangpanjang  
Febri Yulika, ISI Padangpanjang  
Mega Kencana, ISI Padangpanjang  
Novesar Jamarun, Universitas Andalas  
Mikke Susanto, ISI Yogyakarta  
Irwandi, ISI Yogyakarta  
Wahyu Tri Atmojo, Universitas Negeri Padang  
Budiwirman, Universitas Negeri Padang  
Muksin, Institut Teknologi Bandung

## **Redaktur**

Izan Qomarats  
Eva Yanti  
Thegar Risky

## **Desain Grafis**

Rahmadani

## **Gambar Sampul**

Didung Putra Pamungkas, "Gairah Hati"

---

# ARTCHIVE

Indonesia Journal of Visual Art and Design

Volume 04, No.02, 2023, E-ISSN : 2723-536X

## DAFTAR ISI

<b>Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Hlm</b>
<b>Didung Putra Pamungkas Eva Y.</b>	<b>Refleksi Atas Tubuh Dalam Karya Putu Sutawijaya “Energi Tunggal”</b>	<b>149 - 162</b>
<b>Femila Sukma Desi Trisnawati Hanafi</b>	<b>Nilai-Nilai Karakter Dalam Motif Batik Tanah Liek Citra Nagari Sungai Duo</b>	<b>163 - 184</b>
<b>Nofrizaldi Shintia Dwi Alika</b>	<b>Ilustrasi Foto Ferdi Sambo Dalam Pemberitaan Media Online Ditinjau Dari Aspek Semiotika</b>	<b>185 - 192</b>
<b>Miftahul Khairi Willy Arisman</b>	<b>Karya Kemaledizine Sebagai Representasi Kritik Keberagamaan Masyarakat Islam Indonesia Dalam Medan Seni Rupa Kontemporer Indonesia</b>	<b>193 - 209</b>
<b>Jimmi Oktaviandi Yoni Sudiani Fadlul Fahman</b>	<b>Perancangan Promosi Desa Wisata Apar Sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Publik</b>	<b>210 - 222</b>
<b>Alifia Rifki Inayah Anin Ditto Eva Yanti</b>	<b>Studi Makna Logo Indonesia Halal Industry Awards (Ihya) Terhadap Persepsi Pelaku Industri Kota Padang Panjang</b>	<b>223 - 241</b>
<b>Dwi Agus Susila Gunawan Mohammad Muhammad Ilham Adji Fitrianto Aminudin Said</b>	<b>Aplikasi Sensor Moisture Pada Kayu Di Rotra Furnitur Tahunan Jepara</b>	<b>242 - 255</b>

# STUDI MAKNA LOGO INDONESIA HALAL INDUSTRY AWARDS (IHYA) TERHADAP PERSEPSI PELAKU INDUSTRI KOTA PADANG PANJANG

Alifia Rifki Inayah<sup>1</sup>, Anin Ditto<sup>2</sup> & Eva Yanti<sup>3</sup>

1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang  
Jl. Bahder Johan, Guguk Malintang, Kec. Padang Panjang Timur., Kota Padang  
Panjang, Sumatera Barat 27118

## ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan menganalisis pemaknaan logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce dan Roland Barthes, untuk melihat bagaimana unsur-unsur semiotik pada logo tersebut mempresentasikan industri halal Indonesia, terhadap pandangan pelaku industri halal dalam mempersepsikan visual dan pemaknaan logo IHYA. Logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) membawa nilai halal dengan meredefinisikan makna halal yang inklusif, kabaikan bagi semesta alam, dan halal yang universal. Logo IHYA merupakan simbol terobosan baru pada nilai halal yang membuka pemikiran baru, sehingga mengupayakan orang untuk memahami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengungkapkan pemaknaan pada logo IHYA, menggunakan teori persepsi visual, semiotika Peirce, dan semiotika Roland Barthes. Dengan visual yang meredefinisikan makna halal menghasilkan persepsi pelaku industri halal kota Padang Panjang yang menyebabkan terjadinya prasangka buruk terhadap logo IHYA, karena masih melekatnya etika lama tentang karakteristik identitas halal yang ikonik. Maka pendekatan analisis teori semiotika Peirce yang mengungkapkan tanda, objek, interpretant dengan pemaknaan lanjut teori semiotika Barthes dalam pemaknaan tingkat denotasi, konotasi, mitos, sebagai upaya untuk memperjelas pemaknaan sesungguhnya dari logo IHYA.

**Kata Kunci :** Analisis, Logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA), Persepsi, Semiotika.

## ABSTRACT

*Research for analyze meaning of Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) logo using the semiotic theory of Charles Sanders Peirce and Roland Barthes, to see how the semiotic elements in the logo represent halal industry, on the views of halal industry players in Padang Panjang city. IHYA logo carries halal value by redefining the meaning. This study uses descriptive qualitative methods, using visual perception theory, Peirce's and Barthes' semiotics. With visuals that redefine the meaning of halal, it produces the perception of halal industry players in the city of Padang Panjang which causes prejudice against the IHYA logo, because of the lingering old ethics about the iconic halal identity. So the analytical approach of Peirce's semiotic theory that reveals signs, objects, interpretants with further meanings of Barthes' semiotic theory in the meaning of the level as an effort to clarify the true meaning of the IHYA logo.*

**Keywords:** Analysis, Logo of Indonesia Halal Industry Awards (IHYA), Perception, Semiotics.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang berada di urutan pertama dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Tercatat sebanyak 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam dalam laporan yang berjudul *The Muslim 500* edisi 2022 oleh *The Royal Islamic Studies Centre* (MABDA). Penduduk muslim menjadi mayoritas ditengah-tengah keberagaman agama di tanah Pertiwi ini. Penduduk muslim dikenal dengan penduduk yang memiliki tingkat kesadaran beragama tinggi. Muslim menganggap segala hal yang berkaitan dengan kesejahteraan sangat penting didasarkan pada tingkat halal disetiap kegiatannya, mulai dari perolehan bahan baku, pengolahan, hingga produk-produk yang dihasilkan sesuai dengan syari'at islam.

Kebutuhan Indonesia sebagai produsen utama pengembangan sektor produk berbasis halal dan kebutuhan produk halal sebagai negara mayoritas muslim menjadikan Indonesia kembali mengembangkan sektor industri halal yang mampu menopang 25% perekonomian nasional sejak ditetapkannya kebijakan pemulihan ekonomi syari'ah pasca pandemi diberbagai negara.

Industri halal menggambarkan bagaimana suatu kegiatan industri berproses sesuai dengan standar halal dan *thoyyib* yang berjalan berdasarkan syari'at agama islam. Industri halal mencakup industri pengolahan makanan dan minuman, sektor pariwisata, kosmetik dan kecantikan, pendidikan, keuangan, fesyen, wisata rekreasi,

serta merambah pada penciptaan, seni dan kebudayaan. Produk-produk yang terverifikasi halal di Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, diakui sebagai produk-produk dengan jaminan kesehatan tinggi. Selain memperhatikan tingkat kesehatan, produk-produk yang terverifikasi halal juga diakui sebagai produk dengan proses pengolahan yang ramah lingkungan.

Berdasarkan *Indonesia Halal Market Report 2021/2022* oleh Dinar Standart, bahwasanya industri halal menyumbang Rp 72,9 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Hal ini semakin memperjelas kerangka ekonomi halal Indonesia yang dapat membantu terealisasinya potensi ekonomi halal Indonesia. Industri halal semakin menunjukkan jati diri yang mampu berperan penting dalam upaya pemulihan ekonomi Indonesia.

Sebagai upaya dalam memperkuat ekosistem syari'ah terkhusus industri halal, pemerintah melalui Kementerian Perindustrian dan Pusat Pemberdayaan Industri Halal, menyelenggarakan anugrah penghargaan pertama bagi industri halal Indonesia, Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) yang diharapkan dapat menjadi wadah kolaborasi antara industri-industri halal dalam meningkatkan kekuatan ekonomi syari'ah Indonesia.

Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) merupakan bentuk apresiasi pemerintah dalam hal ini Kementerian Perindustrian kepada individu maupun pelaku industri nasional yang berperan aktif terhadap pengembangan industri

halal nasional. Kebutuhan akan produk dan jasa berbasis halal di dunia, menjadi buah semangat pemerintah dalam memajukan kembali semangat para pelaku industri halal Indonesia.

Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) diharapkan dapat menjadi *brand* untuk kemajuan sektor industri halal Indonesia, sekaligus menjadi representasi Visi dan Misi Indonesia sebagai kiblat ekonomi halal dunia. Penghargaan ini juga diharapkan menjadi pionir, serta rujukan ajang penghargaan yang berkredibilitas tinggi sebagai wadah kurasi industri halal terbaik Indonesia. Artinya Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) tidak hanya semata sebagai ajang penghargaan saja, namun menjadi identitas halal dalam ekosistem syari'ah Indonesia.

Menariknya nilai-nilai yang dibawa oleh Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) sebagai acuan identitasnya membawa nilai-nilai pembaharuan dengan meredefinisikan makna halal, bukan lagi dengan mencantumkan kata halal. Yaitu halal yang inklusif, halal sebagai kebaikan bagi semesta alam (*Rahmatan lil 'Alamin*), dan halal yang universal. Menurut Kepala Pusat Pemberdayaan Industri Halal, Junadi Marki dalam Sosialisasi Indonesia Halal (2021) pembaharuan ini menampilkan makna halal yang tidak sempit dan digolongkan eksklusif untuk umat muslim saja.

Berikut identitas Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) sebagai identitas logo halal industri Indonesia.



**Gambar 1**

Logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA)  
Sumber: Tim Loka Desain Logo Halal Industri,  
2021

Jika dilihat secara keseluruhan visual logo, *brandline* Indonesia Halal Industry Awards sebenarnya membantu dalam melihat logo sebagai identitas halalnya Indonesia. Namun konfigurasi utama logo tanpa *brandline* dan simbol logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) terdapat pada *logogramnya* saja. Apakah persepsi masyarakat sama melihat logo ini sebagai identitas industri halalnya Indonesia?

Hal inilah yang menjadi acuan penulis dalam melihat bagaimana makna dari logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) yang ditinjau berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan pemaknaan lanjutan dari semiotika Roland Barthes serta bagaimana persepsi pelaku industri halal terhadap visual logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) yang akan menjadi identitas bagi industri halal Indonesia dengan Visi akan menjadi *brand* untuk kemajuan industri halal Indonesia, sekaligus menjadi representasi Visi dan Misi Indonesia sebagai kiblat ekonomi halal dunia.

Kajian ini didasarkan untuk mengetahui makna logo Indonesia Halal Industry Awards berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan analisis pemaknaan lanjutan dari

semiotika Roland Barthes terhadap persepsi pelaku industri halal kota Padangpanjang. Penulis memilih pelaku industri halal sebagai target dalam kajian ini, guna memandangi bagaimana citra identitas Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) dimata pelaku industri halal sebagai pelaku utama adanya penghargaan ini. Dengan dilaksanakannya pengkajian mengenai logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) ini, diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat melalui pelaku industri halal mengenai makna logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) dan sebagai upaya ikut andil dalam mempersiapkan Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) menjadi *brand* kemajuan ekonomi halal Indonesia, sekaligus menjadi representasi Visi Misi Indonesia sebagai kiblat ekonomi halal dunia.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, guna menemukan makna dan persepsi pelaku industri halal terhadap visual logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA), peneliti menggunakan desain penelitian metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan semiotika Roland Barthes.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian mengenai Studi Makna Logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) Terhadap Persepsi Pelaku Industri Kota Padang Panjang ini dilakukan setelah peluncuran resmi logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) oleh Kementerian Perindustrian Indonesia

bersama Pusat Pemberdayaan Industri Halal yang diwadahi oleh tim Loka Desain Logo Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) pada pegelaran Indonesia Halal Industry Awards (IHYA), 17 Desember 2021 lalu. Pengkajian ini juga merupakan penelitian pertama yang mengangkat logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) sepanjang dari yang penulis temukan di berbagai referensi. Namun peneliti menemukan studi terhadap penelitian yang relevan, yaitu mengenai konsep logo yang penulis jadikan sebagai referensi yang menambah wawasan, pemahaman, kajian mengenai metode serta landasan teori yang relevan.

### **1. Logo Indonesia Halal Industry Awards (IHYA)**

Brand Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) membawa nilai-nilai pembaruan dengan meredefinisikan makna halal. Nilai-nilai pembaruan itu digolongkan dalam; halal yang inklusif, halal kebaikan bagi semesta alam (Rahmatan lil 'Alamin), dan halal yang universal, (Junaidi Marki dalam sosialisasi IHYA, 2021).

Dengan tema "Halal Sebagai Sumber Energi Kebaikan Bagi Semesta Alam", yang terdiri atas beberapa makna yaitu sebagai berikut:

- a. Tuhan, memiliki arti energi kebaikan dalam ketaatan *internal value* umat muslim sebagai rujukan sumber hukum halal pada Al Quran.
- b. Manusia, energi kebaikan dalam memberikan kebaikan pada proses dan hasil produk bagi

manusia lain.

- c. Bumi, energi kebaikan dalam memberikan kebaikan kepada bumi. Industri yang berorientasi pada lingkungan, (Panduan identitas visual IHYA, 2021).

## 2. Tentang Indonesia Halal Industry Awards (Ihya)

Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) dilaksanakan sebagai bentuk apresiasi pemerintah kepada para pelaku industri halal yang telah berperan aktif terhadap pengembangan industri halal nasional. IHYA dilaksanakan pertama kali pada tahun 2021 dan telah dilaksanakan untuk yang kedua kalinya pada Desember 2022.

Dalam sosialisasi Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) 2021, Junaidi Marki, Kepala Pusat Pemberdayaan Halal Indonesia saat itu, mengatakan penamaan Indonesia Halal Industry Awards dalam kalimat berbahasa Inggris ditujukan karena bahasa Inggris adalah bahasa nasional dan merupakan salah satu strategi dari IHYA sendiri untuk menjadi identitas industri halal Indonesia yang menjadi kiblat ekonomi halal dunia, artinya menjadikan IHYA sebagai *brand* internasional dalam bidang halal secara universal yang bisa dijual tidak hanya didalam negeri, tetapi juga diluar negeri.

Berikut merupakan pengelompokan peserta (target audiens) Indonesia Halal Industry Awards yang memiliki kepentingan dalam industri halal : Perusahaan industri (kecil, menengah, dan besar), Instansi Pemerintah, Institusi Pendidikan Tinggi, Lembaga

Keuangan, Organisasi Kemasyarakatan.

Sebagai ajang penghargaan pertama di bidang industri halal, Indonesia Halal Industry Awards (IHYA) menawarkan beberapa kategori penghargaan yang bisa diikuti oleh para pelaku industri halal Indonesia sesuai dengan program kegiatan yang dimiliki, yaitu:

- a. *Best Halal Innovation* (Inovasi Halal Terbaik)
- b. *Best Social Impact Initiatives* (Program Sosial Kemasyarakatan Terbaik)
- c. *Best Halal Supply Chain* (Rantai Pasok Halal Terbaik)
- d. *Best Small Industry* (Industri Kecil Terbaik)
- e. *Best Halal Industrial Estate* (Kawasan Industri Halal Terbaik)
- f. *Best Export Expansion* (Ekspansi Ekspor Terbaik)
- g. *Best Halal Program Support* (Dukungan Program Halal Terbaik)
- h. *Best Halal Financial Support* (Dukungan Finansial Terbaik)

## 3. Identifikasi Target Pelaku Industri Halal Kota Padang Panjang

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM kota Padang Panjang, kota Padang Panjang memiliki banyak pelaku usaha yang kegiatan usahanya telah ditetapkan berjalan sesuai hukum Islam yang berlaku. Seperti pada bidang fesyen, ada Canting Buana Kreatif dan Mukena Kerancang Lawazim yang pelakunya mengusahakan terciptanya prosedur



kerja dan hasil produksi sesuai syari'at Islam. Bahkan industri makanan yang ada di kota Padang Panjang, sudah terverifikasi kehalalan kegiatan produksi dan hasil produksinya, (wawancara, 3 April 2023).

**a. Perusahaan industri (kecil, menengah, dan besar)**

1) Krang Keju Mahya

Krang keju Mahya adalah produk olahan makanan ringan dari bahan utama keju. Masyarakat awam mengenal olahan makanan ini dengan sebutan stik keju, karena bentuknya yang panjang dengan warna ciri khas kuning pudar keju. Krang Keju Mahya mulai beroperasi sebagai UMKM kota Padang Panjang pada tahun 2019, yang beralamat di perumahan ISI, Koto Panjang, kota Padang Panjang.

2) Loumeer Cake

Loumeer Cake yang merupakan nama plesetan dari lumer cake yang menjual olahan kue basah dan kue kering, dengan produk andalan brownis bakar, cake tiramisu, serta snack box. Didirikan oleh buk Melda Dharma, sang juru masak dan suami ditahun 2018 dan beralamat di Silaing Bawah, Padang Panjang Barat, kota Padang Panjang.

3) Serambi Milk

Serambi Milk adalah sebuah *brand* yang tergabung dalam kelompok Tani Permata Ibu. Selain pengelolaan dan budidaya sapi perah, Serambi Milk juga beroperasi pada pengolahan susu, pengeluaran produk olahan susu sapi, serta wisata edukasi yang

terjamin mutu, bersih, sehat, serta ramah lingkungan dengan bahan yang tersulur.

4) Kopi Saiyo

Kopi Saiyo adalah kopi asli Padang Panjang yang sudah ada sejak tahun 1985. Usaha ini pada awalnya dijalankan oleh seorang peracik kopi yang bekerja disalah satu kedai kopi Padang Panjang yang sangat tertarik dengan aroma kopi asli. Beliau adalah ayah dari bang Soni Husta, *owner* Kopi Saiyo yang sekarang. Kata Saiyo disini sebenarnya adalah kata yang sering didengar dalam masyarakat Minang, yang diambil dari Falsafah Minangkabau "Saiyo Sakato" yang berarti se-iya se-kata dengan makna sejalan (kebersamaan).

5) Jamu Bundo Kandung

Produk asli yang mengandalkan kekayaan rempah Minangkabau ini sudah ada dari tahun 2017. Sesuai dengan namanya, kak Yozie bersama suami sebagai pemilik Jamu Bundo Kandung menuturkan produk herbal ini terinspirasi dari hangatnya tangan seorang ibu yang selalu ada untuk keluarganya.

6) Kita-kita Frozen Food

Kita-kita Frozen Food sesuai dengan namanya menjual berbagai macam olahan makanan yang dibekukan dengan tujuan mengawetkan. Buk Anggi Susanti, sang *owner* menuturkan jika Kita-kita Frozen Food baru dimulai pada tahun 2021 setelah kembali dari Jepang.

7) Canting Buana Creative

Canting Buana Creative dibawah pimpinan buk Widdiyanti yang juga

merupakan seorang dosen jurusan Seni Kriya di ISI Padangpanjang, berdiri pada tahun 2012. Kurang lebih selama 23 tahun buk Widdiyanti berkecimpung dalam dunia seni tekstil, hingga pada awalnya memulai usaha dengan menjual berbagai macam alat dan bahan untuk membatik dan membuat pesanan usaha konveksi, akhirnya kegiatannya merambah ke “balai latihan” membatik yang diselenggarakan di lahan “pinjam pakai” semi permanen, milik masyarakat Bukitsuruangan.

- 8) Mukena Kerancang Lawazim  
Mukena Kerancang Lawazim adalah salah satu produsen mukena teknik border kerancang tertua di Sumatera Barat. Berdiri sekitar tahun 2005 yang awal mula letak produksinya di kabupaten Agam, Sumatera Barat dan pada tahun 2012 dibawa oleh buk Novrianti sebagai pemilik turunan ke Kawasan Sago Residence, kota Padang Panjang.
- 9) Smart Creative  
Smart Creative merupakan sebuah EO (*Event Organizer*) yang baru ditetapkan pada tahun 2021 di rumah produksi, Guguk Malintang, kota Padang Panjang. M. Ramani Al Huda, pemilik sekaligus penggerak EO ini mengatakan bahwa sebenarnya kegiatan yang termasuk dalam Smart Creative ini sebenarnya sudah ada sejak hampir 6 tahun yang lalu, namun baru menjadi sebuah *brand* pada tahun 2021 lalu.
- 10) CV Alfa Musik  
CV. Alfa Musik merupakan usaha

yang menjual berbagai macam alat-alat kesenian tradisional yang didirikan pada tahun 2014 oleh pasangan suami istri, bapak Alfalah dan ibu Asniar.

**b. Instansi Pemerintah yang diwakili oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM kota Padang Panjang**

**c. Institusi Pendidikan Tinggi**

1. STIT Diniyyah Putri Rahmah El Yunusiyah

Sesuai dengan Namanya, STIT DiniyyahPutriRahmahElYunusiyah berada dalam Perguruan Diniyyah Putri itu sendiri yang berada di Pasar Usang, kota Padang Panjang. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah ini didirikan dari cikal bakal pendirian Perguruan Diniyyah yang didirikan oleh Rahmah El Yunusiyah, seorang perempuan asli Minangkabau yang berjuang untuk masa depan seorang Wanita. Perguruan Diniyyah Putri berdiri pada tahun 1923. Pada tahun itu Perguruan ini hanya memiliki pendidikan tingkat Madrasah Ibtidayyah/SD Sederajat dan Madrasah Tsanawiyah/SMP/SLTP.

2. STAI Imam Bonjol

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Imam Bonjol dahulunya merupakan kelas jauh Fakultas Ushuluddin IAIN Imam Bonjol Padang, yang sudah ada sejak tahun 1997 di Pasar Usang, kota Padang Panjang.

**d. Lembaga Jasa Keuangan**

- 1). Koperasi Syari'ah Diniyyah Putri  
Koperasi Diniyyah Putri adalah salah satu koperasi tertua di Padang

Panjang yang berpola syari'ah. Koperasi ini berdiri sejak tahun 1994 yang beranggotakan seluruh masyarakat sekitar Perguruan Diniyyah Putri Padang Panjang. Koperasi ini ditetapkan sebagai koperasi dengan sistem syari'ah pada tahun 2021 lalu, namun berdasarkan wawancara dengan Dra. Dartini, M.Pd selaku ketua koperasi, sejak tahun 2007 koperasi dalam lingkup Perguruan ini sudah dijalankan dengan pola syari'ah.

**e. Organisasi Kemasyarakatan**

**1. Pa.jero Waste (Padang Panjang Zero Waste)**

Padang Panjang *zero waste* adalah salah satu penggerak pelestarian lingkungan masyarakat yang ingin membiasakan *zero waste lifestyle* (gaya hidup nol sampah) yang berada di Silaing Bawah, untuk meminimalkan jumlah sampah yang dihasilkan setiap harinya di lingkungan masyarakat kota Padang Panjang.

**4. Persepsi dan Fakta Lapangan**

Penelitian terhitung sejak tanggal 3 April 2023 – 15 Juni 2023 telah menyebar surat izin survei dan


wawancara kepada lebih dari 20 calon target pelaku industri. Dari 20 calon target pelaku industri tersebut, hingga tanggal 15 Juni 2023 peneliti mendapatkan sebanyak 15 target pelaku industri yang berhasil diwawancarai. Sebanyak 15 target pelaku industri yang peneliti dapatkan, merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya diduga (populasi).





Berdasarkan hasil wawancara yang menampilkan persepsi sepuluh target pelaku industri halal kota Padang Panjang, terkait dengan kesimpulan keseluruhan pandangan yang pelaku industri tersebut, ada kaitannya dengan etika lama atau keharusan lama (dalam hal ini ikon halal dan/ visual bernuansa islami) yang masih melekat pada benak pelaku industri. Menyatakan bahwa seharusnya logo yang memboyong kata halal itu divisualisasikan dengan bagaimana bentuk gambaran dari halal itu sendiri. Artinya faktor latar belakang agama, kebutuhan sebagai konsumen, serta ekspektasi pelaku industri terhadap bentuk baku dari halal itu mempengaruhi pola pikir yang berakibat pada prasangka buruk terhadap logo IHYA.

**a. Persepsi Perwakilan Pelaku Industri Halal kota Padang Panjang Terhadap Logo IHYA (Pa.jero Waste)**

**Tabel 1**



Persepsi pelaku dari Organisasi Masyarakat Pa.jero Waste

No	Elemen-elemen Logo IHYA	Objek yang ditangkap	Makna yang ditangkap
1		Visual yang memuncak (sebagai puncak) yang posisinya paling atas	Dimaknai adanya pencapaian, tujuan, impian dan harapan untuk kemaslahatan dalam industri halal

2		Visualisasi bentuk kepak sayap burung	Dimaknai adanya unsur kebebasan yang merujuk pada halal yang menjadi kebaikan bagi seluruh manusia
3		Visualisasi dari dua daun	Dimaknai adanya pertumbuhan, pelestarian lingkungan hidup, dan praktik keberlangsungan
4		Warna ungu, kuning, dan hijau	Warna ungu perlambangan dari warna senja yang sendu, warna kuning warna matahari yang membawa keceriaan dan semangat, dan warna hijau yang tidak jelas maksudnya
5		Tulisan IHYA	Tulisan yang dibuat fleksibel, kesannya IHYA adalah kegiatan yang ramah, terbuka, dan tidak kaku

## b. Makna Logo IHYA Semiotika Peirce

**Tabel 2**  
Makna logo IHYA berdasarkan Semiotika Peirce

No	Sign (tanda)	Object (objek)	Interpretant
1		Konsep visual keatas mengambil stilasi bentuk anak panah	Visual keatas mewakili kemuliaan dan keagungan pada Tuhan. Dan stilasi bentuk anak panah yang memberikan kesan kecepatan, keakuratan dan pentingnya perkembangan industri halal kedepannya.
2		Dibawah visual anak panah keatas, terdapat bidang negatif yang membentuk buku terbuka	Konsep yang mewakili visual dari kitab suci Al-Qur'an yang merupakan rujukan dasar hukum rujukan halal dan haram.

3		<p>Konsep visualisasi manusia yang dikombinasikan dengan visual dari hati yang di atasnya terdapat bentuk negatif dari kitab suci Al-Qur'an</p>	<p>Memberi makna yang mengharapkan para pelaku industri halal bisa berproses dengan pedoman halal yang bersumber dari Al-Qur'an serta menggunakan hati untuk kebaikan sesama manusia.</p>
4		<p>Dibawah visualisasi kombinasi manusia dan hati, terdapat bidang negatif <i>gesture</i> tubuh manusia yang juga seperti membentuk huruf "Y"</p>	<p>Menggambarkan kesan <i>gesture</i> yang juara, Makmur, sehat yang bertumbuh harapan industri halal Indonesia menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi, terhadap kemakmuran rakyat Indonesia. Huruy "Y" dalam dunia ekonomi simbol dari <i>Yield</i>, yang memberikan makna pertumbuhan ekonomi.</p>
5		<p>Visualisasi dua daun yang mewakili bumi</p>	<p>Memberi pesan utama bahwa industri halal berorientasi pada lingkungan dan keberlanjutan, artinya industri halal adalah industri yang ramah lingkungan.</p>
6		<p>Penggunaan warna gradasi ungu</p>	<p>Konsep warna spiritual yang mewakili kemuliaan dan pengagungan.</p>
7		<p>Penggunaan warna gradasi oranye</p>	<p>Warna yang mewakili bahwa warna manusia itu berasal dari tanah dan mewakili semangat serta produktivitas.</p>
8		<p>Penggunaan warna gradasi hijau</p>	<p>Konsep warna yang mewakili bumi, kehidupan, dan pertumbuhan, serta mewakili pesan orientasi pada lingkungan.</p>
9		<p><i>Logotype</i> IHYA dengan penggunaan jenis huruf <i>sans serif</i> bergaya <i>rounded</i> dengan warna skala abu-abu</p>	<p>Memberikan kesan ramah, tidak kaku dan fleksibel. Jika dilihat, huruf I pada kata IHYA dirancang terinspirasi dari bentuk huruf alif, yang dimaknai tegak lurus dan tunggal, serta memberikan pesan lurus nya niat IHYA sebagai pelopor dan pembuka industri halal Indonesia dikancah global.</p>

**c. Makna Logo IHYA Semiotika Barthes**

1). Konsep visual ke atas



**Gambar 7**

Elemen 1 logo IHYA

Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 3**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen 1

<b>Denotasi</b>	<b>Konotasi</b>	<b>Mitos</b>
Bentuk visual mata anak panah yang mengarah ke atas	Kegiatan IHYA oleh Kementerian Perindustrian yang merupakan kegiatan dalam lingkup industri halal yang berhubungan dengan kemajuan ekonomi syariah Indonesia. Kata halal berasal dari agama islam. visual yang mengarah keatas berarti tanda kemuliaan dan keagungan kepada Tuhan semesta alam, divisualkan keatas untuk memberi pesan universal (kebaikan bagi semesta alam) dan mata anak panah yang membawa pesan kecepatan serta pentingnya industri halal ini kedepannya	Tanda visual keatas selalu dihubungkan dengan hubungan antara manusia dengan penciptanya. Karena pada dasarnya arah keatas adalah titik tertinggi. Halal yang bersanding dengan umat islam merupakan kebaikan bagi seluruh manusia. Dalam keberagaman agama, hubungan dengan Tuhannya disimbolkan mengarah ke atas. Anak panah selalu akan cepat jika ditarik, dan hal yang paling terdepan membawa tujuan adalah mata anak panah yang menentukan tujuan akhir dari tarikan.

2). Bidang negatif buku terbuka



**Gambar 8**

Elemen bidang negatif 1 logo IHYA

Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 4**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen bidang negatif 1

Denotasi	Konotasi	Mitos
Bidang negatif yang membentuk buku terbuka terbentuk dari visual anak panah keatas dengan visual kombinasi manusia dengan hati yang terletak tepat dibawah visual anak panah keatas	Buku terbuka dalam hal ini menunjukkan kitab suci Al-Qur'an terbuka, berisi dasar hukum rujukan bagi sesuatu yang dihalalkan atau yang diharamkan, walaupun bersifat universal, namun rujukan halal tetap berasal dari sumber utamanya, yaitu kitab suci umat islam	Buku yang termasuk didalamnya kitab-kitab suci adalah sumber rujukan yang menjadi pedoman mengenai hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan, hal yang benar atau yang salah, dan menjadi sumber tertulis yang diyakini kebenaran isinya

3). Konsep visualisasi manusia kombinasi dengan visual hati



**Gambar 9**

Elemen 2 logo IHYA  
Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 5**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen 2

Denotasi	Konotasi	Mitos
Bentuk visualisasi dari <i>gesture</i> manusia dari bidang negatif yang dihasilkan melalui visualisasi hati yang diatasnya terdapat bidang negatif dari Al-Qur'an terbuka	Secara konotasi makna dari adanya manusia dan hati yang diatasnya ada visual Al'-Qur'an mengharapkan bahwa kegiatan IHYA yang bertujuan untuk memajukan industri berbasis halal ini, peran pelaku industri didalamnya dapat berproses yang bersumber dari Al-Qur'an dan menggunakan hati untuk kebaikan bersama	Dalam segi agama manapun, simbol hati diyakini sebagai sumber pokok dari segala perilaku manusia. Dimana hati adalah simbol cinta, kasih sayang dan kebaikan, jika berperilaku sesuai dengan pedoman kitab-kitab yang ada

4). Bidang negatif *gesture* manusia membentuk huruf "Y"



**Gambar 10**

Elemen bidang negatif 2 logo IHYA  
Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 6**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen bidang negatif 2

Denotasi	Konotasi	Mitos
Bidang negatif <i>gesture</i> manusia yang terbentuk bersamaan dari visualisasi hati, juga membentuk bidang negatif visual “Y” yang dalam segi ekonomi makro berarti <i>yield</i> dengan arti pertumbuhan ekonomi	“Y” atau <i>yield</i> dalam segi ekonomi makro, bermakna positif yang berarti pertumbuhan ekonomi. Dari pemaknaan ini, adanya harapan yang dituangkan dalam pelaksanaan IHYA untuk kemajuan sektor ekonomi syari’ah yang memberi dampak perluasan terhadap dikenalnya sektor industri halal. <i>Gesture</i> “Y” visualisasi manusia juga memberikan impresi <i>gesture</i> yang juara, makmur, dan sehat	Dalam dunia ekonomi, “Y” merupakan perlambangan dari pertumbuhan ekonomi. Dalam pembacaan <i>gesture</i> tubuh manusia, <i>gesture</i> Y menggambarkan visual tangan keatas, tanda keceriaan, kesenangan, dan pemenang

5). Visualisasi dua daun



**Gambar 11**

Elemen 3 logo IHYA

Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 7**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen 3

Denotasi	Konotasi	Mitos
Bentuk visual dari dua daun yang sangat cocok berada dalam lingkup dunia industri sebagai perlambangan lingkungan	Visualisasi dalam logo IHYA melambangkan gerakan yang dicanangkan oleh industri halal dalam keteguhan mempertahankan industri yang menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya. Daun melambangkan keutuhan dan kelestarian bumi. Semakin banyaknya jumlah daun yang ada di bumi ini, maka menjadi tanda keberhasilan bagi manusianya dalam menjaga alamnya	Daun menjadi simbol yang kuat untuk perlambangan bagi bumi karena hijaunya bumi dasarnya adalah dedaunan dari tumbuhan. Daun adalah simbol dari sehatnya bumi, karena sumber oksigen di bumi terbesar datangnya dari tumbuhan yang subur

6). Warna gradasi ungu



**Gambar 12**

Warna gradasi ungu logo IHYA

Sumber: Pedoman IHYA, 2021



**Tabel 8**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari warna ungu

Denotasi	Konotasi	Mitos
Penggunaan gradasi warna ungu pada elemen logo visual mata anak panah keatas, memiliki peranan penting dalam peletakannya di paling atas	Warna ungu yang diletakkan pada elemen mata anak panah keatas memberi kesan warna spiritual yang mewaliki kemuliaan dan keagungan pada sang pencipta. Warna ungu gradasi yang merupakan representasi dari psikologi yang melambangkan makna spiritual, bermartabat, dan pengharapan besar	Dalam sisi psikologi, warna ungu merupakan simbol dari warna spiritual yang menggambarkan kedamaian dan pemahaman antara hubungan manusia dengan penciptanya. Namun, seringkali warna ungu ini dalam masyarakat secara umumnya memiliki kesan yang menimbulkan prasangka buruk, yang selalu dihubungkan dengan warna kesedihan

7). Warna gradasi oranye



**Gambar 13**

Warna gradasi oranye logo IHYA  
Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 9**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari warna oranye

Denotasi	Konotasi	Mitos
Penggunaan gradasi warna oranye pada elemen logo visual manusia kombinasi bentuk hati yang dikaitkan sebagai ciri warna manusia yang berasal dari tanah hingga warna produktivitas	Warna oranye ke kuning dalam simbol IHYA ini merupakan perlambangan dari ciri semangat produktivitas yang dipegang teguh oleh sistem tatanan perindustrian Indonesia, selain itu warna kuning dan oranye sama-sama memperkuat posisi pelaku industri atau manusia yang berjiwa ceria, penuh semangat, dan selalu produktif	Dalam masyarakat luas, penggunaan warna oranye dan kuning selalu dimaknai sebagai warna yang ceria, penuh semangat, dan merupakan simbol dari warna pembuka hari baru serta penutup hari lama

8). Warna gradasi hijau



**Gambar 14**

Warna gradasi hijau logo IHYA  
Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 10**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari warna hijau

Denotasi	Konotasi	Mitos
Penggunaan gradasi warna hijau pada elemen logo visual dua daun yang mendatangkan ciri pada warna bumi atau warna pertumbuhan	Warna hijau pada logo IHYA mencerminkan bahwa kegiatan Indonesia Halal Industry Awards ini adalah kegiatan yang mencerminkan pelaksanaannya pada pelestarian lingkungan, yang membawa arti bahwa industri halal adalah industri ramah lingkungan yang mewakili pertumbuhan dan perkembangan apa yang ada dibumi, akan dijaga keberlangsungannya	Dalam kehidupan manusia, hijau selalu berdampak pada warna kelangungan hidup dari segi pertumbuhannya, warna hijau yang sejuk adalah warna yang sering disebut dalam Al-Qur'an, sebagai perlambangan bahwa hijau adalah warna penyejuk yang mengusahakan adanya praktik pelestarian lingkungan hidup. Namun, Sebagian dari masyarakat masih beranggapan jika hijau yang dimaksud adalah hijau murni daun, tanpa melibatkan proses modifikasi warna yang modern

9). Logotype IHYA

**IHYA**

Indonesia  
Halal Industry  
Award 2021

**Gambar 15**

Logotype IHYA

Sumber: Pedoman IHYA, 2021

**Tabel 11**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari *logotype* IHYA

Denotasi	Konotasi	Mitos
Tulisan IHYA Indonesia Halal Industry Awards yang secara tegas sebagai penjabar dari elemen-elemen yang membentuk simbol <i>logogram</i> IHYA	Secara konotasi tulisan IHYA “Indonesia Halal Industry Awards” menunjukkan penghargaan atau apresiasi terhadap industri halal di Indonesia dengan serangkaian pemilihan tulisan bergaya <i>rounded</i> untuk membentuk citra positif terhadap kegiatan yang dijalaninya, ditambah dengan bentuk I pada kata IHYA menampilkan nuansa huruf kaligrafi alif yang menjadi dasar huruf pembuka	Penulisan IHYA yang dicetak tebal dan besar berfungsi sebagai penekanan nama merek yang akan lebih sering disebut, sedangkan <i>brandline</i> yaitu tulisan Indonesia Halal Industry Awards sebagai pemberi keterangan yang menjelaskan arti kata IHYA tersebut, sehingga dibuat lebih kecil, dengan tambahan tahun yang akan diganti pada setiap tahun pelaksanaannya. Gaya karakter <i>font</i> yang digunakan terkesan sederhana, dengan bentuk tidak kaku

10). Warna skala abu-abu pada *logotype* IHYA

**Tabel 12**

Makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen 1

Denotasi	Konotasi	Mitos
Penggunaan warna skala abu-abu pada tulisan IHYA “Indonesia Halal Industry Awards 2021”	Warna skala abu-abu yang digunakan pada dua tulisan penjabar simbol IHYA ini dimaksudkan untuk menetralkan penggunaan warna yang banyak pada logo IHYA. Pemilihan skala abu-abu yang berarti tidak hitam dan juga tidak putih, ditujukan untuk menampilkan citra positif dari kegiatan bernuansa kedamaian dan keramah tamahan	Dalam kehidupan bermasyarakat, warna abu-abu identik dengan ketidakpastian atau sesuatu yang dianggap netral, tidak kuat dan tidak lemah. Pembentuk abu-abu berasal dari warna hitam yang kuat atau kasar dengan warna putih yang suci atau lembut, jadi abu-abu mengambil dua simbol yang tidak terlalu tegas dan tidak pula terlalu lembut

Membuka pemikiran baru, berarti kita harus siap dengan proses edukasi dan sosialisasi untuk memberi pemahaman terhadap hal yang baru tersebut, agar menetralkan adanya prasangka buruk dari si target (Eka Sofyan Eizal, wawancara 11 Juni 2023). Dalam hal ini proses riset yang peneliti gunakan adalah proses riset yang memberikan gambaran terhadap pemaknaan sesungguhnya dari logo

IHYA pada hasil akhir wawancara yang dengan ini membutuhkan kajian pemaknaan tentang tanda.

Dalam bentuk pemaknaan secara sederhana, peneliti menggunakan kajian semiotika dari Charles Sanders Peirce yang dalam teorinya mendapatkan pemaknaan dari menentukan tanda, simbol sebagai acuan tanda, dan pemaknaan dari tanda tersebut dan untuk menggambarkan bagaimana

logo IHYA ini mempresesntasikan sebagai simbol industri halal Indonesia, diperlukan proses pemaknaan lanjut yang menghubungkan bagaimana tanda, simbol, interpretant tersebut bisa dimaknai seperti itu, dengan kajian semiotika Roland Barthes dalam penggunaan teori makna denotasi (pemaknaan tingkat awal), makna konotasi (pemaknaan tingkat dua), dan mitos (pemaknaan tingkat akhir).

Dari proses pengelompokan simbol IHYA berdasarkan pemaknaan tanda sebagai tanda, simbol, dan interpretant milik teori Peirce yang dihubungkan dengan pemaknaan yang lebih mendasar atau mendalam milik teori dari Barthes, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa : Kegiatan IHYA adalah proses industri yang ingin memperkenalkan jika halal bisa bermakna apa saja. Dalam segi industrinya nilai-nilai halal berkaitan dengan sadar lingkungan, terjamin sehat, halal berarti bahan baku yang digunakan jelas dan tersulur, terjamin bersih, terjamin mutu, dan yang paling penting bahwa IHYA ingin menampilkan bahwa halal itu adalah kebaikan yang bisa dirasakan secara universal. Hal itu berarti, lebih dalam lagi kegiatan IHYA ditinjau dari segi pemaknaan dan nilai-nilai yang dianutnya, menunjukkan adanya gerakan atau kampanye bahwa kebaikan yang akan dihasilkan dalam proses industri halal bisa dirasakan oleh seluruh umat manusia.

## **SIMPULAN**

Dari sebanyak 15 populasi ditargetkan sebagai pelaku industri halal kota Padang Panjang, didapatkan

10 diantaranya yang pernah mengikuti sosialisasi IHYA, mengetahui IHYA, hingga tertarik mengikuti kegiatan IHYA yang dilaksanakan oleh Kementerian Perindustrian bersama Pusat Pemberdayaan Halal Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai persepsi pelaku industri terhadap logo IHYA, secara keseluruhan tidak ada kontradiksi terhadap logo IHYA tersebut. Hanya saja, terobosan baru dari visual logo IHYA yang memboyong kata halal ini membuka pemikiran baru yang mengusahakan terjadinya upaya untuk memahami. Dalam melihat makna sebenarnya yang tersimpan dari setiap elemen-elemen logo IHYA, peneliti menggunakan dua teori semiotika dari Charles Sanders Peirce dan Roland Barthes. Berikut adalah kajian makna sesungguhnya yang ingin disampaikan desainer logo terhadap logo IHYA :

Konsep visualisasi bidang negatif manusia yang mendapat kombinasi dari visualisasi berbentuk hati dan terdapat di atasnya visualisasi dari bidang negatif Al-Qur'an terbuka, dimana visual ini memberi makna harapan bagi pelaku industri halal yang berproses dengan pedoman halal dari Al-Qur'an dan menggunakan hati untuk kebaikan sesama manusia. Artinya IHYA membawa misi tentang keadilan dan tanggung jawab sosial.

Bidang negatif *gesture* manusia yang juga melambangkan huruf "Y" pada istilah ekonomi makro, dimana istilah ini dimaknai sebagai pertumbuhan industri, dengan *gesture* tubuh manusia yang menggambarkan *gesture* juara, makmur, dan sehat. Dalam

perlambangan ini, terselip harapan IHYA memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi syari'ah Indonesia, dengan kemakmuran dan kesejahteraan manusianya dan terdapat visualisasi dari dua daun, dimaknai sebagai IHYA yang berorientasi terhadap lingkungan dan keberlanjutan.

Penggunaan gradasi warna ungu, yang mewakili warna spiritualitas terhadap kemuliaan dan keagungan kepada sang pencipta. Penggunaan gradasi warna oranye, yang mewakili konsep warna ceria dan warna kemanusiaan yang berasal dari tanah. Warna itu juga merupakan perlambangan warna yang membawa aura positif terhadap semangat dan produktivitas. Penggunaan gradasi warna hijau, yang mewakili warna bumi.

*Logotype* IHYA dengan *brandline* Indonesia Halal Industri Awards yang menggunakan warna skala abu-abu, keberadaan tulisan IHYA yang dibuat dengan gaya *rounded* memperjelas mengenai pengenalan terhadap simbol IHYA dengan gaya *rounded* yang memberi kesan bahwa IHYA tidak kaku, fleksibel dan ramah. Sedangkan *brandline* Indonesia Halal Industry Awards untuk memperjelas arti atau singkatan dari IHYA. Penggunaan warna skala abu-abu pada *logotype* IHYA ini memberi kesan industri halal itu tergolong tidak terlalu tegas dan tidak pula terlalu lemah.

## REFERENSI

### Buku

- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Rolland*

- Barthes*. Yogyakarta: Indonesiatara.
- Prasetijo, Ristiyanti. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa (Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik)*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Soeprapto, H.R. Riyadi. 2002. *Interaksionisme Simbolik*. Yogyakarta: Averroes Press.
- Soewardikoen, Didit W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisus.

### Website

- Danang Prasajatama. (2018). *Studi Persepsi Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Logo-logo Perayaan HUT RI ke-70 hingga ke-72*. Retrieved from <http://digilib.isi.ac.id/9812/1/BAB%20I.pdf>, diakses 9 November 2022.
- Haidar Hilmy Alfariz. (2021). *Makna Logo Pondok Pesantren Fatkhul Mu'in*. retrieved from [http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11235/2/Haidar%20Hilmy%20Al%20Fariz\\_Makna%20Logo%20Pondok%20Pesantren%20Fatkhul%20Muin%20Purwokerto.pdf](http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11235/2/Haidar%20Hilmy%20Al%20Fariz_Makna%20Logo%20Pondok%20Pesantren%20Fatkhul%20Muin%20Purwokerto.pdf), diakses 7 Desember 2022.
- Ihsanul Khairi. (2022). *Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan*. Retrieved from <https://repository.ar.raniry.ac.id/id/eprint/23555/>
- Isef, 2021. *Indonesia Halal Market Report 2021/2022*. Retrieved from <https://isef.co.id/2021/10.pdf>, diakses 6 November 2022.
- KBBI, 2018. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (Online). Retrieved from <https://kbbi.web.id/pelaku>, diakses 6 Desember 2022.
- KBBI, 2018. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (Online).

Retrieved from <https://kbbi.web.id/industri>, diakses 6 Desember 2022.

**Sumber Lainnya**

Isa, Andrea. (2021). *Pedoman Identitas Visual IHYA*. Retrieved from LokaDesainLogo Halal Kemenperin bersama AIDIA, 30 Oktober 2021.

**Daftar Informan**

Eka Sofyan Rizal (50 th.) Profesional Desainer Logo, wawancara tanggal 11 Juni 2023, melalui *zoom meeting*.

Irvan Nedo, Kepala bagian Industri Perdagangan, Koperasi, dan UKM, wawancara tanggal 3 April 2023 di Sekretariat DISPERDAKOP&UKM, Silaing Bawah, Padang Panjang.