

**SIMBOL BUDAYA PADA LOGO HALAL  
TERBITAN BADAN PENYELENGGARA JAMINAN  
PRODUK HALAL (BPJPH)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Penyiaran (*Broadcasting*)



Oleh:

**INDAH RIANI**

**07031281722108**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“SIMBOL BUDAYA PADA LOGO HALAL TERBITAN  
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL (BPJPH)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Indah Riani**

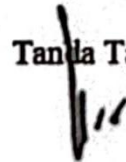
**07031281722108**

**Pembimbing I**

**Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.**

**196002091986031004**

**Tanda Tangan**



-----

**Tanggal**

**19/07 2024**

-----

**Pembimbing II**

**Krisna Murti, S.LKom., M.A.**

**198807252019031010**



-----

**19/07 2024**

-----

**Mengetahui  
Ketua Jurusan,**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“SIMBOL BUDAYA PADA LOGO HALAL TERBITAN  
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL (BPJPH)”

SKRIPSI

Oleh :

INDAH RIANI  
07031281722108

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 29 Juli 2024  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM  
NIP. 196002091986031004  
Ketua Penguji

Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010  
Sekretaris Penguji

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 199208222018031001  
Penguji

Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom  
NIP. 198908312023211021  
Penguji



---



---



---



---


Mengetahui,

**Dekan FISIP UNSRI,**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Riani  
NIM : 07031281722108  
Tempat dan Tanggal Lahir : Baturaja, 14 Juni 1999  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Simbol Budaya pada Logo Halal Terbitan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 19 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Indah Riani

NIM.07031281722108

## **MOTTO**

" الصبر مفتاح اليسر "

Kesabaran adalah kunci dari kemudahan.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahi ar-rahman ar-rahim*

Segala puji bagi Allah Subhaanahu wata'aala.

Alhamdulillah, atas pertolongan dan kemudahan yang Allah berikan penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**Simbol Budaya pada Logo Halal Terbitan Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH)**” ini dengan lancar. Proposal penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk lulus dan memperoleh gelar S.I.Kom di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

Tentunya dalam proses pembuatan proposal ini penulis menghadapi berbagai kendala dan kesulitan. Namun, Allah Memberikan kemudahan kepada penulis dengan mengirimkan orang-orang baik yang mendukung dan memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Salim, Ibu Fitri, saudara kandung Devi Suryani, serta seluruh keluarga besar yang selalu mengirimkan do'a, memberikan perhatian, semangat, serta dukungan kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.S.i., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta seluruh jajaran.
4. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM., selaku pembimbing I yang memberikan arahan serta masukan terkait penyusunan dan penulisan skripsi.

7. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom. MA., selaku pembimbing II sekaligus Pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis serta memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang sudah mengajarkan dan memberikan ilmu berharganya.
9. Mba Elvira Humairah selaku admin Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu semua proses adminitrasi dari awal pembelajaran hingga saat ini.
10. Seluruh Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu selama proses pembelajaran penulis selama ini.
11. Rekan-rekan ICU yang menjadi komunitas dan wadah bagi penulis untuk belajar, mendapat berbagai pengalaman baru, dan teman-teman yang solid.

Semoga seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini Allah balas dengan sebaik-baiknya kebaikan. Penulis menyadari proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karenanya, penulis berharap masukan dan saran guna menyempurnakan proposal penelitian ini.

Indralaya, Juli 2024

Indah Riani

Penulis



## ABSTRAK

Logo adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik. Desain visual logo sering kali dipengaruhi oleh simbol-simbol budaya lokal. Logo halal merupakan salah satu logo yang memiliki peran vital bagi umat Muslim, karena berfungsi sebagai penanda yang memastikan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis simbol-simbol budaya pada logo halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce untuk menganalisis tanda dan makna pada visual logo. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo halal BPJPH mengandung simbol budaya, seperti bentuk gunung wayang yang melambangkan hubungan antara konsep kehalalan dengan refleksi spiritual dan budaya Indonesia. Motif lurik dan kaligrafi halal mencerminkan perpaduan antara tradisi lokal dan religiusitas, sementara warna ungu dan hijau toska mengkomunikasikan kesucian dan ketenangan. Tipografi yang digunakan juga memperkuat pesan kehalalan yang ingin disampaikan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa logo halal BPJPH bukan hanya sekadar simbol kehalalan, tetapi juga medium yang menghubungkan nilai-nilai religius dengan warisan budaya lokal.

**Kata Kunci:** Simbol Budaya, Logo Halal BPJPH, Semiotika Peirce

**Pembimbing I**



**Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM**  
NIP. 196002091986031004


**Pembimbing II**



**Krisna Murti, S.I.Kom., MA**  
NIP. 198807252019031010

**Indralaya, 13 Agustus 2024**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001



## ABSTRACT

*A Logo is a form of visual communication used to convey messages to the public. The visual design of a logo is often influenced by local cultural symbols. The halal logo plays a vital role for Muslims, serving as a marker that ensures the halal status of a product according to Islamic law. This study aims to identify and analyze the cultural symbols present in the halal logo issued by the Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). The study employs Charles Sanders Peirce's semiotics theory to analyze the signs and meanings within the visual logo. The research method used is qualitative, with data collection techniques including document studies and in-depth interviews. The findings reveal that the BPJPH halal logo contains cultural symbols, such as the gunung shape from wayang, which symbolizes the connection between the concept of halal and spiritual and cultural reflection in Indonesia. The lurik motif and halal calligraphy reflect a blend of local traditions and religiosity, while the colors purple and turquoise communicate purity and tranquility. The typography used also strengthens the halal message conveyed. The conclusion of this study asserts that the BPJPH halal logo is not merely a symbol of halal certification, but also a medium that connects religious values with local cultural heritage.*

**Keywords:** *Cultural Symbols, BPJPH Halal Logo, Peirce Semiotics*

**Thesis Advisor I**



**Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM**  
**NIP. 196002091986031004**

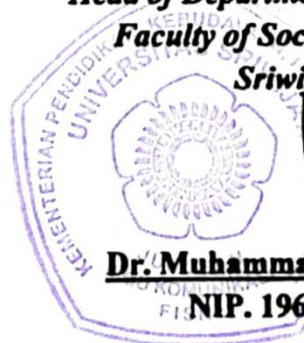
**Thesis Advisor II**



**Krisna Murti, S.I.Kom., MA**  
**NIP. 198807252019031010**

**Indralaya, August 13, 2024**

**Head of Department Communication Science  
Faculty of Social and Political Science  
Sriwijaya University**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
**NIP. 196406061992031001**

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Komunikasi Visual.....	11
2.3 Simbol Budaya .....	22
2.4 Logo Halal.....	25
2.5 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal .....	30
2.6 Semiotika .....	31

2.7 Kerangka Teori.....	37
2.8 Kerangka Pemikiran.....	39
2.9 Penelitian Terdahulu .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Desain Konsep .....	46
3.3 Fokus Penelitian .....	48
3.4 Unit Analisis .....	50
3.5 Data dan Sumber Data .....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	52
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) .....	54
4.2 Sejarah Logo Halal dan Perubahannya .....	59
<b>BAB V HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>67</b>
5.1 Hasil Analisis Logo Halal Indonesia Terbitan BPJPH .....	67
5.2 Analisis Bentuk Kaligrafi Halal .....	69
5.3 Analisis Bentuk Gunung Wayang .....	76
5.4 Analisis Motif Lurik/Surjan .....	84
5.5 Analisis Warna Logo Halal Terbitan BPJPH.....	88
5.6 Analisis <i>Typeface/Font</i> Logo Halal .....	97
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
6.1 Kesimpulan .....	102
6.2 Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria logo .....	12
Tabel 2.2 Daftar makna warna .....	18
Tabel 2.3 Perbandingan antara ikon dan objek yang sebenarnya .....	21
Tabel 4.1 Visi Serta Misi dari BPJPH .....	54
Tabel 2.4 Perbedaan logo, label, dan sertifikat halal .....	28
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....	45
Tabel 5.1 Tempat penemuan wayang dan jenisnya .....	71
Tabel 5.2 Warna pada logo halal.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Respon Saraf pada Logo Halal .....	5
Gambar 1.2 Persentase Hasil Riset Populix .....	6
Gambar 1.3 40 Bentuk Logo Halal di Berbagai Negara .....	8
Gambar 1.4 Logo Halal Indonesia Terbitan BPJPH .....	8
Gambar 2.1 Contoh <i>Name-Only Logo</i> .....	15
Gambar 2.2 Contoh <i>Initial Letter Logo</i> .....	15
Gambar 2.3 Contoh Logo Simbol .....	15
Gambar 2.4 Contoh Logo Nama dan Simbol.....	16
Gambar 2.5 Contoh <i>Pictorial Name Logo</i> .....	16
Gambar 2.6 Contoh Logo Asosiatif .....	16
Gambar 2.7 Contoh Allusive Logo .....	17
Gambar 2.8 Contoh Logo Abstrak .....	17
Gambar 2.9 Alur Sertifikasi Halal Gratis .....	28
Gambar 2.10 Syarat Mendaftar Sertifikasi Halal Gratis .....	29
Gambar 2.11 Proses Signifikansi Makna Menurut Ferdinand De Saussure .....	35
Gambar 4.1 Logo BPJPH .....	54
Gambar 4.2 Label Produk Mengandung Babi .....	60
Gambar 4.3 Logo Halal lama terbitan MUI .....	63
Gambar 4.4 Perubahan Logo halal BPJPH .....	64
Gambar 5.1 Anatomi Logo Halal Indonesia terbitan BPJPH .....	67
Gambar 5.2 <i>Logogram</i> Halal Indonesia .....	68
Gambar 5.3 <i>Logotype</i> Halal Indonesia .....	69
Gambar 5.4 Kaligrafi Halal .....	69
Gambar 5.5 Pengaplikasian Khat Kufi pada Benda .....	71
Gambar 5.6 Khat Kufi <i>Square</i> Karya @Mariamalmansy .....	72
Gambar 5.7 Bentuk Gunung Wayang .....	76
Gambar 5.8 Jenis-Jenis Gunung Wayang di Pulau Jawa .....	78
Gambar 5.9 Gunung wayang di Pulau Bali dan Nusa Tenggara .....	79
Gambar 5.10 Gunung wayang Palembang .....	79
Gambar 5.11 Gunung wayang Banjar .....	80

Gambar 5.12 Struktur Bentuk Gunungan Wayang .....	81
Gambar 5.13 Garis motif lurik .....	84
Gambar 5.14 Motif Lurik pada pakaian Surjan .....	85
Gambar 5.15 Lingkaran Warna Johannes Itten .....	89
Gambar 5.16 Visualisasi (a) Warna Dingin dan (b) Warna Hangat .....	90
Gambar 5.17 Lencana <i>Purple Heart</i> .....	92
Gambar 5.18 Logo Halal Haijau Toska .....	92
Gambar 5.19 Logo-Logo Organisasi Berwarna Hijau .....	93
Gambar 5.20 <i>Font</i> Tulisan Halal .....	97
Gambar 5.21 Huruf <i>Serif</i> .....	98
Gambar 5.22 <i>Font</i> Tulisan Indonesia .....	98
Gambar 5.23 Perbandingan Antara <i>Sans Serif</i> dan <i>Serif</i> .....	99



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	41
Bagan 4.1 Bagan Struktur Organisasi BPJPH .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Pedoman Wawancara
Lampiran II	: Transkrip Wawancara
Lampiran III	: Dokumentasi
Lampiran IV	: Plagiarisme

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia yang melibatkan proses penyampaian pesan, informasi, ide, gagasan, pikiran, atau perasaan, dari seseorang kepada orang lain melalui saluran atau media tertentu. Proses komunikasi ini, memungkinkan manusia untuk saling terhubung dan berinteraksi, baik dalam konteks pribadi, sosial, maupun profesional. Tujuan dari komunikasi antara lain menyampaikan pesan, mempengaruhi, membujuk, membangun, memelihara hubungan, serta menyampaikan identitas dan nilai-nilai. Dalam ranah bisnis, komunikasi digunakan untuk mempengaruhi keputusan pelanggan, sementara di ranah sosial, komunikasi dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan mendalam antar individu.

Bentuk-bentuk komunikasi ada beberapa jenis, salah satu di antaranya komunikasi visual. Komunikasi visual ialah metode komunikasi yang memanfaatkan elemen visual untuk mengungkapkan pesan, informasi, atau ide. Hal ini mencakup penggunaan gambar, grafik, warna, dan simbol untuk mencapai komunikasi yang efektif. Komunikasi visual memanfaatkan kekuatan visual dalam memperjelas, memperkuat, atau bahkan menggantikan kata-kata dalam menyampaikan pesan. Salah satu wujud dari komunikasi visual adalah logo. Logo dimanfaatkan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya berupa nilai-nilai, ide dan karakter suatu perusahaan atau organisasi. Pesan tersebut disampaikan melalui bentuk, garis, huruf, atau warna yang tersusun dalam logo. Biasanya suatu logo mengandung filosofi dan makna yang mencerminkan berbagai hal yang dianggap sempurna, misalnya ruang lingkup pekerjaan, visi dan misi atau bahkan budaya yang ada di perusahaan tersebut.

Logo bagi suatu perusahaan merupakan identitas yang dapat menjadi pembeda antara miliknya dengan yang lain. Dalam sebuah artikel Design Institute of Australia (dalam Rustan: 2009), dijelaskan bahwa logo ialah sebuah lambang (simbol) atau gambar yang berfungsi untuk mengidentifikasi suatu perusahaan

tanpa menampilkan nama perusahaannya. Logo digunakan sebagai identitas yang mempermudah audiens untuk mengingat, mengenali, dan mengidentifikasi suatu perusahaan dengan hanya melihat logonya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Isola dkk (2011), yang menyebutkan bahwa kemampuan seseorang yang paling baik adalah mengingat gambar untuk memori jangka panjang. Dalam penelitiannya, Isola dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa manusia memiliki memori visual yang sangat kuat, sehingga gambar atau logo cenderung lebih mudah diingat dibandingkan teks.

Fungsi utama logo adalah menyampaikan identitas. Logo menjadi penentu citra perusahaan yang merupakan bagian integral dari identitas visual korporat. Menurut Said (2018), keberhasilan sebuah logo terletak pada potensinya dalam membangun loyalitas antara perusahaan (jasa) dengan konsumen (target audiens), membentuk identitas merek (brand identity), serta mampu menghadirkan penampilan visual yang profesional bagi entitas yang diwakili. Logo menjadi identitas yang sangat khas bagi perusahaan. Logo didesain, kemudian dikomunikasikan kepada masyarakat dengan tujuan agar perusahaan dapat dengan mudah dikenali dan menciptakan kesan mendalam dibenak yang melihat.

Logo memiliki peran krusial dalam periklanan, terutama dalam perancangan strategi *branding*. Logo dapat dijadikan sebagai wajah yang memperkuat karakteristik, meningkatkan daya jual, dan menambah nilai suatu produk. Selain itu, di bidang promosi, logo berfungsi sebagai simbol komunikasi visual yang dapat meningkatkan *brand awareness*. Logo membantu konsumen atau audiens menjadi sadar akan eksistensi dari suatu merek. Tidak hanya menjadi tanda pengenalan, logo juga mampu menambah daya tarik serta kepercayaan terhadap suatu merek. Selain itu, logo menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran efektif, yang berkontribusi pada peningkatan kesetiaan konsumen serta pertumbuhan merek.

Logo dirancang untuk merepresentasikan identitas dan nilai-nilai inti dari suatu perusahaan, dan seringkali dalam desainnya diintegrasikan dengan penggunaan simbol budaya. Simbol budaya adalah representasi visual yang

mencerminkan nilai-nilai kepercayaan, dan tradisi suatu kelompok masyarakat. Semua yang dapat membawa makna budaya bisa disebut sebagai simbol budaya (Li Dongxiang, 2018). Simbol budaya tidak muncul secara tiba-tiba, namun berkembang melalui proses sejarah yang panjang. Selama berabad-abad, masyarakat menyaring dan memilih elemen-elemen tertentu dari budaya yang dianggap berharga dan penting. Dalam komunikasi visual, simbol-simbol ini digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks dan memperkuat identitas budaya. Simbol budaya memainkan peran penting dalam membangun identitas dan memperkuat nilai-nilai budaya dalam masyarakat. Melalui penggunaan simbol-simbol ini, pesan-pesan yang mendalam dan bermakna dapat disampaikan dengan cara yang mudah dipahami oleh khalayak.

Simbol budaya merupakan komponen penting yang berdampak ke berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Penggunaan simbol budaya tentunya memiliki makna dan tujuan. Masyarakat menggunakan simbol budaya untuk menerjemahkan lingkungan sekitarnya dan media untuk berkomunikasi. Misalnya, motif batik Sidomukti sering digunakan dalam acara lamaran atau pernikahan sebagai simbol harapan agar bahtera rumah tangga senantiasa bahagia dan dilimpahkan rezeki tanpa melupakan Tuhan sang pencipta (Meindrasari dan Nurhayati, 2019). Selain digunakan dalam kehidupan bermasyarakat, simbol budaya juga sering dimanfaatkan menjadi tanda pengenal atau identitas perusahaan, organisasi, atau merek yang penggunaannya sering ditemukan pada visual sebuah logo.

Menurut Soewardikoen (2009), penentuan bentuk simbolik pada logo dapat dipengaruhi dari nilai-nilai dan budaya lokal setempat. Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui desain logo bisa digunakan untuk mencerminkan nilai dan budaya lokal melalui pemilihan bentuk simbolik yang difungsikan untuk memperkuat keterhubungan antara logo dan komunitas yang menjadi targetnya. Pengaplikasian simbol budaya pada logo, dirancang untuk mengomunikasikan pesan yang diinginkan merek serta membangun asosiasi positif kepada audiens. Logo juga dapat berfungsi sebagai komoditas seni yang berperan dalam proses promosi dan membangun identitas pemiliknya (Migotuwiyono, 2020). Pendekatan

ini sangat penting dalam *branding* dan desain logo karena elemen budaya yang dikenali oleh target audiens dapat meningkatkan keterkaitan emosional dan kepercayaan terhadap merek.

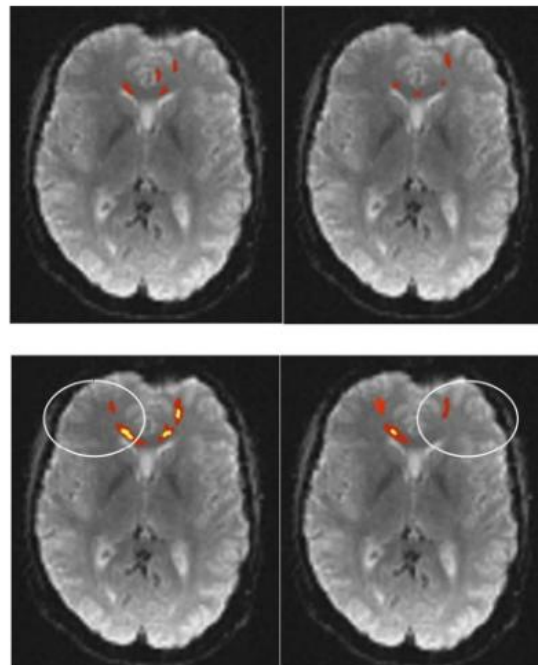
Penelitian yang dilakukan oleh Migotuwiyono (2020), mengenai logo pariwisata Lampung menyoroti tentang pentingnya desain logo dalam mencerminkan identitas budaya dan kekayaan lokal daerah setempat. Dalam konteks pariwisata, logo tersebut berfungsi sebagai representasi visual yang dilihat calon pengunjung pertama kali, sehingga desain yang efektif harus dapat mencerminkan keunikan dan nilai-nilai budaya lokal. Penelitian ini menunjukkan bahwa perpaduan elemen-elemen pada desain logo pariwisata Lampung seperti bentuk simbol budaya, motif tradisional, dan warna, tidak hanya meningkatkan daya tarik pariwisata tetapi memberikan representasi keunikan dari suatu daerah. Dengan menggunakan pendekatan ini, logo dapat memperkuat identitas visual suatu daerah, menarik perhatian, dengan cara yang lebih bermakna serta relevan. Namun, tetap menonjolkan kekayaan budaya daerah tersebut.

Di Indonesia ada sebuah logo yang sangat dikenal masyarakat dan memainkan peran vital untuk memastikan suatu produk aman untuk dikonsumsi bagi umat Muslim, yaitu logo Halal. Logo halal merupakan tanda atau penanda yang terletak pada bagian kemasan suatu produk. Tanda ini berfungsi untuk membantu khususnya konsumen Muslim dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan mereka. Selain itu, logo ini juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kehalalan produk tersebut. Dalam konteks ekonomi dan sosial, logo halal memiliki relevansi tinggi karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Dengan adanya logo tersebut menjadi simbol terhadap jaminan kehalalan. Jaminan kehalalan pada produk memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen Muslim, serta berkontribusi pada kepercayaan serta kepuasan mereka terhadap produk yang dikonsumsi.

Al-Kwafi, Gelaidan, dan Fetais (2020), melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh logo halal terhadap pengambilan keputusan konsumen dengan menggunakan teknologi fMRI. Penelitian tersebut mengungkap bahwa logo halal (logo non-halal) yang tidak disandingkan dengan produk tertentu



menghasilkan reaksi atau respons dari saraf yang minimal. Sebaliknya, ketika logo halal disandingkan dengan produk seperti daging, terdapat peningkatan yang signifikan pada respons saraf otak, terutama pada bagian *ventromesial prefrontal cortex* (VmPFC). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan logo halal yang berdiri sendiri, tanpa disandingkan dengan suatu produk, cenderung kurang menarik dan menghasilkan respons yang rendah. Namun, situasinya berubah ketika logo halal dicantumkan pada suatu produk, logo tersebut memberikan nilai Signifikan yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.



Notes: Neural response to Halal image; Neural response to non-Halal logo image; Neural response to meat labeled with Halal logo image; Neural response to meat labeled with non-Halal logo image

**Gambar 1.1** Respon Saraf pada Logo Halal

Sumber: Al-Kwif, Gelaidan, dan Fetais, 2020

Riset yang dilakukan oleh Populix pada bulan Maret 2023, dimuat dalam *“Insight Anda Customer Perspective of Halal Industry in Indonesia”*, menunjukkan bahwa 83% dari total responden menjadikan logo halal sebagai bahan pertimbangan utama sebelum membeli atau mengonsumsi suatu produk.

Temuan ini menunjukkan bahwa logo halal memainkan peranan yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen di Indonesia. Logo tidak hanya sebagai penanda kehalalan produk, tetapi juga sebagai indikator kualitas dan keamanan yang diandalkan konsumen. Melalui riset ini, dapat diketahui tingkat kepedulian masyarakat terhadap produk halal sangat tinggi. Selain itu, hasil riset ini menunjukkan kesadaran penuh konsumen Indonesia terhadap pentingnya produk halal, yang meliputi seperti bahan baku, proses pembuatan (produksi), serta kepatuhan terhadap syariat Islam. Ini tidak hanya terbatas pada produk makanan atau minuman, namun meluas pada beberapa produk lain seperti kosmetik, dan produk-produk lain.

<b>Consideration When Buying a Product</b>	
<b>Has a halal logo</b>	<b>83%</b>
<b>Clear content information</b>	<b>80%</b>
My needs can be fulfilled from this product	<b>75%</b>
Eco-friendly packaging	<b>52%</b>
Domestically produced	<b>25%</b>
Refillable packaging	<b>22%</b>
Produced from abroad	<b>7%</b>

**Gambar 1.2** Persentase Hasil Riset Populix

*“Insight And Customer Perspective of Halal Industry in Indonesia”*

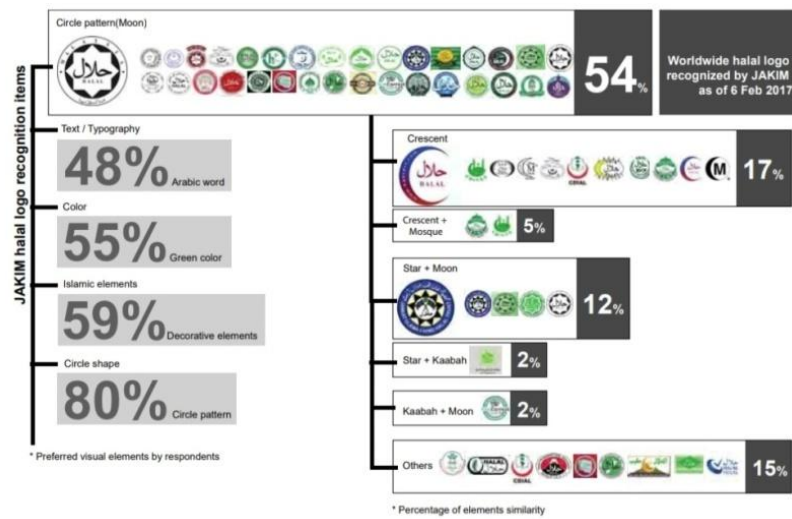
Sumber : Populix.co

Pencantuman logo halal pada kemasan produk dan restoran saat ini, semakin mendapatkan atensi dari masyarakat. Penelitian yang dilakukan Sari dan Junaidi (2020), mengenai fenomena label halal menunjukkan bahwa pelabelan halal memberikan dampak positif untuk produsen, seperti peningkatan kepercayaan konsumen, keunggulan kompetitif, dan tanda kualitas. Selain itu, restoran yang memiliki sertifikasi halal (logo halal) memperoleh keuntungan untuk berkompetisi dengan pesaing lain. Hal ini dikarenakan, label halal dimanfaatkan restoran-restoran untuk mengekspansi jangkauan target pasar yang

lebih luas. Makanan, minuman atau produk yang berlogo halal cenderung lebih diminati oleh konsumen Muslim. Penelitian yang dilakukan Putri, dkk (2024), mengungkapkan bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk makanan, terutama cemilan (*snack*).

Pengelolaan sertifikasi dan pengawasan logo halal di Indonesia saat ini, diemban oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal atau dikenal dengan akronim BPJPH. BPJPH ialah badan yang bertanggung jawab dalam memastikan setiap produk-produk tersebar di Indonesia, terutama yang mengklaim halal, harus benar-benar teruji dan memenuhi standar syariat Islam melalui proses sertifikasi yang ketat. Berdasarkan undang-undang No. 33 Tahun 2014, dalam menjalankan tugasnya BPJPH bekerja samadengan kementerian atau lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam kerjasama ini MUI memiliki wewenang dalam menetapkan kehalalan suatu produk melalui fatwa halal. Lebih lanjut, bentuk kerja sama antara BPJPH dan MUI perinciannya dimuat dalam pasal 10, yaitu sertifikasi auditor halal, penetapan kehalalan produk, dan akreditasi LPH.

BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dibentuk dan didirikan pada bulan Oktober 2017, berlandaskan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Lembaga ini bertugas untuk melaksanakan serta menyelenggarakan jaminan produk halal (JPH) di Indonesia. Salah satu tugas utama badan ini adalah menerbitkan sertifikat halal serta menetapkan juga visual dari logo halal. Kewenangan BPJPH dalam penetapan logo tersebut tertuang dalam pasal 37, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan Keputusan Kepala BPJPH nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Logo halal yang ditetapkan oleh BPJPH memiliki visual yang berbeda dibandingkan dengan logo-logo halal pada umumnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zuhudi dan Dolah (2017) terhadap 40 logo halal dari berbagai negara, ditemukan bahwa 50% logo terbentuk dari pola lingkaran, 17% mengandung elemen bulan sabit, 12% menggunakan elemen bulan dan bintang, 5% menggabungkan elemen bulan sabit dan masjid, 2% elemen Ka'bah dan bulan, 2% mengandung elemen bintang dan Ka'bah, dan 15% bentuk lainnya.



**Gambar 1.3** 40 Bentuk Logo Halal di Berbagai Negara

Sumber: Zuhudi dan Dolah, 2017

Logo halal Indonesia termasuk kedalam kategori logo yang bentuk visual serta elemen yang berbeda dari logo pada umumnya. Logo ini memiliki bentuk khas yang menyerupai gunung wayang dan didominasi oleh warna ungu. Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Nomor 88 tahun 2022, logo halal Indonesia mengintegrasikan nilai-nilai budaya Indonesia ke dalam desainnya, termasuk bentuk-bentuk serta coraknya.



**Gambar 1.4** Logo Halal Indonesia Terbitan BPJPH

Sumber: [bpjph.halal.go.id](http://bpjph.halal.go.id)

Simbol budaya merupakan komponen penting, masyarakat menggunakan simbol budaya untuk menerjemahkan lingkungan sekitarnya dan media untuk berkomunikasi. Penggunaan simbol tentu memiliki makna dan tujuan. Beberapa organisasi mengadopsi simbol budaya sebagai representasi keseluruhan diri organisasinya untuk menyampaikan ide secara efisien. Simbol tidak hanya sebagai representasi visual, namun dapat memberikan makna yang mendalam mengenai nilai-nilai budaya suatu organisasi. Simbol budaya yang ada pada logo dapat menceritakan sebuah kisah yang membangkitkan persepsi.

Logo halal yang diterbitkan oleh BPJPH bukan hanya sekedar tanda, melainkan juga mengandung unsur-unsur budaya yang mencerminkan identitas dan nilai masyarakat Indonesia. Meskipun logo halal memiliki peran yang sangat penting, namun pemahaman masyarakat terhadap visual logo hanya secara superfisial (tampak dipermukaan) tanpa mengaitkan dengan makna budaya lebih dalam. Hal ini menunjukkan kebutuhan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai simbol budaya yang ada pada logo halal BPJPH. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana simbol budaya yang terkandung dalam visual logo halal terbitan BPJPH.

Penelitian mengenai simbol budaya logo halal sebelumnya telah dilakukan oleh Hidayatono (2022) mengidentifikasi seperti gunung wayang, motif kain surjan dan kaligrafi Khat Kufi. Namun, belum mendalami bagaimana elemen logo tersebut berfungsi secara interaktif dalam konteks budaya yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce untuk menganalisis bagaimana logo halal berinteraksi dan merepresentasikan nilai-nilai budaya secara mendalam. Selain itu, kebaruan penelitian terletak pada analisis yang dilakukan penulis, diperkuat dengan wawancara bersama desainer yang berpengalaman dalam pembuatan logo secara umum, untuk mengurangi potensi subjektivitas dalam interpretasi. Dengan cara ini, diharapkan analisis terhadap logo dapat dilakukan dengan perspektif yang lebih objektif dan menyeluruh, memberikan pemahaman lebih mendalam tentang makna dan fungsi desain logo halal dalam konteks budaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan sebelumnya oleh penulis, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana simbol budaya yang terdapat pada logo halal terbitan Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis simbol budaya yang terkandung dalam visual logo halal terbitan Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Simbol Budaya pada Logo Halal Terbitan Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH)” memiliki beberapa manfaat diantaranya manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai tanda-tanda simbol budaya yang direpresentasikan dalam logo halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana elemen-elemen budaya tercermin dalam desain logo, serta memberikan wawasan tentang makna dan signifikansi simbol-simbol tersebut dalam konteks sertifikasi halal. Informasi yang diperoleh diharapkan dapat memperkaya pengetahuan mengenai hubungan antara desain logo dan nilai-nilai budaya yang diwakili.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berkontribusi yang berarti sebagai referensi dan sumber bacaan bagi peneliti serta akademisi di Jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan menyajikan analisis mendalam tentang simbol budaya logo halal, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat untuk penelitian lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait simbol budaya dan komunikasi.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andhita, P.R. (2021). *Komunikasi Visual*. Purwokerto Barat: Zahira Media Publisher.
- Ersyad, F.A. dan Arifin, D.S. (2021). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Desain Logo*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish
- Jasafat. (2020). *Konvergensi Media Dakwah*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Jazayeri, M.S.M.V., Michelli, P.E., dan Abdulhab, D. S. (2017). *Early Mashq and Kufic Scripts: A Historic and Typographic Introduction: Rreading, Writing, Calligraphy, Typography, Monograms*. New York: Blautopf Publishing.
- Kafid, Nur dkk. (2021). *Buku Saku Halal*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kememeng RI: Salur Pustaka.
- Koentjaraningrat. (2014). *Pengantar Antropologi I*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mulyana, Deddy. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, J. M., & Rowe, M. (1988). *How to Design Trademarks and Logos*. North Light Books.
- Nitiasih, P.K. dan Hermawan, G.S. (2018). *Semiologi: Simbol, makna, & Budaya*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Piercy, J. (2013). *Symbol: A Universal Language*. London: Michael O'mara Books Limited.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahamr Cendikia Indonesia.

- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rustan, S. (2009). *Medesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2021). *Logo 2021 Buku 1*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Sambodo, N. (2023). *Statistik Kebudayaan 2023 Volume 8*. Tangerang Selatan: Pusat Data dan Teknologi Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Dee Publisher.
- Sherin, A. (2012). *Design Elements: Color Fundamentals*. Beverly: Rockport Publishers.
- Slade-Brooking, C. (2016). *Creating Brand Identity: A Guide For Designers*. London: Laurence King Publishing.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soewardikoen, D.W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&*. Bandung: Alfabeta.

### **Jurnal dan Skripsi**

- Afroniyati, Lies. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP)*, vol. 18, no. 1, hlm. 37-52.
- Alfalah, A., Sauri, S. dan Al Farisi, M.Z. (2023). Penggunaan Whatsapp Group Sebagai Media Pembelajaran Khat Kufi Murabba' Foks Indonesia. *Nady Al-Adab: Jurnal Bahasa Arab*, vol. 20, Issue 1, hlm. 15-32.
- Al-Kwif, O.S., Gelaidan, H.M.H., dan Fetais, A.H.M.A. (2020). Identifying the influence of the Halal Logo on Muslim Consumers' Attitudes Using FMRI Technology. *Department of Management and Marketing: College of Business and Economics, Qatar University*, hlm. 1-21.
- Chairunnisyah, Sheilla. (2017). Peran Majelis Ulama Indonesia dalam Menerbitkan Serifikat Halal pada Produk Makanan dan Kosmetika. *Jurnal EduTech*, vol. 3, no. 2, hlm. 64-75.

- Hidayantono, T. (2022). *Simbol Budaya Logo Halal Versi 2022*. Universitas Nasional: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Meindrasari, D.K. dan Nurhayati, L. (2019). Makna Batik Sidomukti Solo ditinjau dari Semiotika Sosial Theo Van Leeuwen. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol.18, no.1, hlm. 57-67.
- Muhaemin, M. (2023). Tinjauan Estetika Bentuk Gestalt pada Kufi Square (Kufi Murabba) Karya Foks Indonesia. *Jurnal Pakarena*, vol. 8, no. 1, hlm, 46-56.
- Said, A.A. (2019). Mendesain Logo. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makasar*. The Event of Research Results an Effort to Preserve Local Native Art and Culture, vol. 6, no. 3, hlm. 159-168.
- Wahdaniah, I., Toni, A., Ritonga, R. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 3, No. 01, hlm. 67-74.
- Migotuwio, N. (2020). Representasi Kekayaan Budaya dalam Logo Pariwisata Lampung. *Jurnal Narasi*, vol. 1, No.2, hlm. 97-110.
- Rismawati., Tang, M.R., dan Juanda. (2021). Simbol Budaya dalam Novel Tiba Sebelum Berangkat Karya Faisal Oddang (Tinjauan Semiotika Charles Sanders Pierce). *Neologia: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 2, no. 2, hlm. 71-77.
- Gunalan, S., Haryono, dan Yasa, N.M. (2022). Analisis Pemaknaan dan Tanda Pada Desain Logo GP Mandalika Series. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, vol. 11, No. 1, hlm. 212-219.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Insight of Halal Lifestyle in Indoensia*. *Journal of Halal and Research: Pusat Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga*, vol. 2, no. 2, hlm. 68-78.
- Fatoni, A. dan Jupriani, J. (2023). Representasi Budaya Indonesia dalam Logo G20 Indonesia 2023. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (Jurrsendem)*, vol.2, no.2, hlm. 256-267.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, vol.4, no.1, hlm. 191-202.
- Purbasari, M. dan Jakti, R.A.D.R.I.K. (2014). Warna Dingin Si Pemberi Nyaman. *Humaniora: Language, Paper Art, and Communication Studies*, vol. 5, no. 1, hlm. 357-356.

- Pugersari, D. (2023). Kajian Bentuk Gunung Wayang Sebagai Representasi Budaya Indonesia pada Visual Logo Halal Indonesia. *Kartala Visual Studies*, vol. 3, no.1, hlm 69-80.
- Putri, A.S.A., Bahar, A., Miranti, M.G., dan Purwidiani, N. (2024). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Makanan (Snack) Jepang di Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, vol 12, no. 2, hlm. 33-39.
- Sari, A.F.K. dan Junaidi. (2020). Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 6, no.1, hlm. 87-94
- Septiningsih, W. (2017). Perancangan Desain Komunikasi Visual Filosofi Surjan Jogja Menggunakan Metode Design Thinking. *Invensi*: vol. 2, no.1, hlm. 51-76.
- Suprayitno dan Ariesta. I. (2014). Makna Simbolik Dibalik Kain Lurik Solo-Yogyakarta, *Humaniora*: vol. 5, no. 2, hlm. 842-851.
- Yasa, I.K.S.A., Astuti, N.K.R., dan Wibawa, A.P. (2024). Perancangan Jenis Serif Display di Studio Nirmana Visual.
- Zuhudi, N.W.M. dan Dolah, Jasni. (2017). Credibility of Halal Logo Design among Consumers. *School of Social Sciences, USM*.

### **Website dan Artikel**

- Aida, Nur Rohmi., dan Pratiwi, Inten Esti. (2022). Ada Logo Halal Baru, Bagaimana dengan Logo Halal MUI. Melalui laman <https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/13/130000165/ada-logo-halal-baru-bagaimana-dengan-logo-halal-mui-?page=all>. Diunduh pada tanggal 28 Februari 2024 pukul 17.00 WIB.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI. Tentang BPJPH. <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>. Diunduh pada tanggal 29 Juni 2024 pukul 07.00 WIB.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI. Rencana Strategi Bisnis Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Tahun 2020-2024 (Revisi). <https://bpjph.halal.go.id/detail/akuntabilitas>. 29 Juni 2024 pukul 08.00 WIB.
- Britannica. (2024). Purple Heart. <https://www.britannica.com/topic/Purple-Heart>. Diunduh pada tanggal 17 Juli 2024 pukul 09.00 WIB.
- Epsikologi. 2020. Psikologi Warna: Pengertian, Teori dan Manfaatnya Untuk Bisnis. [https://epsikologi.com/psikologi-warna/#google\\_vignette](https://epsikologi.com/psikologi-warna/#google_vignette).

- Gcs Malta. Sans Serif vs Serif Font: Which Should You Use and When?. <https://gcsmalta.com/uncategorized/sans-serif-vs-serif-font-which-should-you-use-and-when/>. Diunduh pada tanggal 10 Juli 2024 pukul 06.00 WIB.
- Gumelar, Retno. (2023). Hasil survei: Produk Halal Dominan Dipilih Masyarakat Indonesia. <https://info.populix.co/articles/produk-halal/>. Diunduh pada tanggal 27 Februari 2024 pukul 08.00 WIB.
- Hidayati, K.F. (2021). Hadirkan Kesan Formal dan Profesional dengan Serif. Diunduh pada <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>. Diunduh pada 27 Juli 2024 pukul 03.00 WIB.
- Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 88 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Label Halal pada Produk Yang Telah Mendapat Sertifikat Halal. (2022). Dimuat dalam laman [https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Kepkaban\\_No\\_88\\_Tahun\\_2022\\_tentang\\_Penggunaan\\_Label\\_Halal\\_6d31ceaf47.pdf](https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Kepkaban_No_88_Tahun_2022_tentang_Penggunaan_Label_Halal_6d31ceaf47.pdf). Diunduh pada 30 Juni 2024 pukul 10:34 WIB.
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Sumatera Utara. Sejarah LPPOM MUI. Dalam <https://halalsumut.org/sejarah-lppom-mui/>. Diunduh pada 9 Juli 2024 pukul 03.00 WIB.
- Muidigital. (2024). Logo Majelis Ulama. <https://mirror.mui.or.id/logo-majelis-ulama/>. Diunduh pada tanggal 9 Juli 2024 pukul 03.30 WIB
- Nasar, M. Fuad. (2017). Negara dan Sertifikasi Halal Indonesia. <https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63>. Diunduh pada 9 Juli 2024 pukul 03.30 WIB.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2009). Perubahan Logo Perusahaan. <https://dkvdiditw.wordpress.com/2009/09/08/perubahan-logo-perusahaan/> Diunduh pada tanggal 15 Januari 2024 pukul 10.00 WIB.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. (2014). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>. Diunduh pada tanggal 28 Mei 2024 pukul 13.46 WIB.
- Wallace, I.R. (2024). BJR Guide 58: Guide to recording Stonemason's marks. [http://www.bajr.org/BAJRGuides/58\\_MasonsMarks/58\\_RecordingMasonsMarks.pdf](http://www.bajr.org/BAJRGuides/58_MasonsMarks/58_RecordingMasonsMarks.pdf). Diunduh pada tanggal 2 Juli 2024 pukul 11.19 WIB.
- Wikipedia. Kementrian Agama New Logo. Diakses melalui [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Kementerian\\_Agama\\_new\\_logo.png](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Kementerian_Agama_new_logo.png) Diunduh pada 9 Juli 2024 pukul 03.45 WIB.