

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Logo adalah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut.

Fokus utama ini pembicaraan adalah filosofi dalam sebuah logo. Filosofi sendiri adalah suatu keharusan, yang merupakan komponen terpenting dalam sebuah logo. Dengan adanya filosofi, logo mampu berbicara banyak tentang usaha dan perusahaan yang bersangkutan. Filosofi dalam sebuah logo juga memberikan kesan mudah diingat. Merangkai filosofi yang harmonis untuk sebuah logo berarti dalam merangkai dan menanamkan filosofi yang harmonis pada sebuah logo itu sendiri juga membutuhkan proses yang lama dan bertahap. Bagaimanapun juga, logo yang baik adalah logo yang memiliki nilai filosofi di dalamnya, ia juga menjadi “warna” tersendiri dalam sebuah logo. (Rustan, 2009)

Mengutip dari (Kurniawan, 2008) dengan judul Perancangan logo dan maskot untuk mendukung promosi wisata kuliner malam warung tradisional di Surabaya, David E. Carteruga menjelaskan logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan”.

Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa pesan adalah “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”. (Yuliana, 2011) Sedangkan Abdul Hanafi (Yuliana, 2011) menjelaskan bahwa pesan itu adalah “produk fiktif yang nyata yang di hasilkan oleh sumber–encoder”. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan. (Yuliana, 2011)

Begitu juga pada logo halal terbaru yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) yang menggantikan logo halal sebelumnya milik MUI atau Majelis Ulama Indonesia.

Kementerian Agama adalah kementerian yang bertugas menyelenggarakan pemerintahan dalam bidang agama. Dalam rangka meningkatkan pelayanan publik, saat ini Kementerian Agama terdiri dari 11 unit eselon I yaitu : Sekretariat Jenderal, Inspektorat Jenderal, Badan Penelitian dan Pengembangan, dan Pendidikan dan Pelatihan, dan 7 Direktorat Jenderal yang membidangi Pendidikan Islam, Penyelenggaraan Haji dan Umrah, Bimbingan Masyarakat Islam, Bimbingan Masyarakat Kristen, Bimbingan Masyarakat Katolik, Bimbingan Masyarakat Hindu, Bimbingan Masyarakat Buddha, dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) merupakan unit kerja baru dan baru efektif melaksanakan tugasnya pada tahun 2017. Dikutip dari situs resmi Kementerian Agama RI, BPJPH dibentuk sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang disahkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 17 Oktober 2014 dan pada tanggal tersebut juga diundangkan oleh Menkumham Amir Syamsuddin. Dalam Undang-Undang JPH, disebutkan bahwa BPJPH harus dibentuk paling lambat 3 (tiga) tahun terhitung sejak Undang-Undang JPH diundangkan.

BPJPH merupakan unit eselon I di bawah Menteri Agama yang dipimpin oleh Kepala Badan, hal ini tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama yang mengatur ketentuan mengenai tugas, fungsi, dan susunan organisasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Keberadaan BPJPH juga tertuang dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama. PMA Nomor 42 Tahun 2016 mengatur mengenai tugas dan fungsi dari masing-masing struktur BPJPH mulai dari eselon IV sampai dengan eselon I. Keputusan Menteri Agama RI No. 270 tahun 2016 tentang Peta Proses Bisnis Kementerian Agama yang di dalamnya ada *Subprocess* Map Penjaminan Produk Halal juga merupakan peraturan pelaksanaan UU JPH yang terkait dengan BPJPH.

Semarak dengan perkembangan perekonomian dan perdagangan hal ini berdampak pada maraknya peredaran produk makanan dan minuman baik lokal maupun impor di masyarakat luas. Peredaran produk makanan dan minuman ini belum tentu memberikan rasa aman, nyaman, dan layak konsumsi bagi konsumen

yang beragama Islam, seperti diketahui mayoritas penduduk Indonesia adalah penganut agama Islam. Hal tersebut berkenaan dengan syariat Islam yang mewajibkan kepada umat Islam untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal sesuai syariat Islam.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 29 ayat (2) mengamanatkan Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan konsumen muslim.

Jaminan mengenai produk halal dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk halal, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk yang halal.

Menurut Syariat Islam, Landasan hukum produk halal sesuai Syariat Islam antara lain terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 168 artinya, Wahai manusia Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, sungguh setan musuh yang nyata bagimu orang-orang yang beriman. QS. Al-Baqarah: 172 artinya, Wahai orang-orang yang

beriman makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. QS. Al-Baqarah:173 artinya Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun.

Berdasarkan surat Al Baqarah tersebut di atas, Allah memerintahkan kepada orang yang beriman untuk memakan makan yang halal dan mengharamkan bangkai, darah, daging babi, daging hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah, kecuali jika terpaksa dan tidak melampaui batas. Untuk menentukan produk makanan dan minuman yang beredar dimasyarakat itu halal harus ada logo sertifikat halal yang kini dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagaimana di atur dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), sementara wewenang untuk menerbitkan sertifikat halal tertuang dalam Pasal 6 UU JPH. Hal ini tentunya membuat logo halal yang diterbitkan oleh MUI pun tidak lagi berlaku secara bertahap.

Meskipun kini sertifikasi halal resmi diambil alih oleh pemerintah melalui BPJPH di bawah Kementerian Agama, namun MUI masih memiliki wewenang untuk menetapkan kehalalan produk.

Pergantian logo baru tersebut tertuang dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Logo Halal yang ditetapkan pada 10

Februari 2022. Namun penggunaan logo halal terbaru tersebut baru efektif di pergunakan terhitung mulai tanggal 1 Maret 2022.

Gambar 1. 1
Perubahan Logo Halal



Sumber : Peneliti 2022

Namun pergantian Logo Halal oleh Kementerian Agama Republik Indonesia ini justru menjadi polemik dan kontroversi di masyarakat. Pergantian logo sebenarnya menjadi hal yang lumrah terjadi, seperti yang dituliskan oleh Giuseppe Tomasi di Lampedusa, penulis asal Italia yang terkenal karena novelnya yang berjudul *The Leopard* (1958), menuliskan, "*If things are to remain the same, then things must change,*" yang berarti "Jika semuanya tetap sama, maka semuanya harus berubah."

Kemunculan logo halal terbaru milik Kementerian Agama saat ini justru menimbulkan kontroversi bahkan Ketua MUI Bidang Halal dan Ekonomi Syariah,

KH Sholahuddin Al Aiyub merasa kaget dengan kemunculan logo halal baru yang menurutnya di luar konsep dari dua logo yang telah disepakati oleh MUI dan juga Kementerian Agama. Dikutip dari laman resmi MUI, Kiai Al Aiyub juga memberikan saran dan masukan kepada Badan Penyelenggaran Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI terkait logo Halal Indonesia yang baru. Ia mengingatkan agar penetapan logo ini tidak tiba-tiba jadi, perlu mempertimbangkan aspirasi berbagai pihak termasuk kalangan usaha dan konsumen. Sebab, logo halal MUI selama ini telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia bahkan dunia. “Logo Halal MUI selama ini telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia bahkan dunia. Karena memang produk yang menampilkan tanda halal dengan logo MUI ini dipasarkan di pasar global, ” ujarnya.

Jauh sebelum sertifikasi halal yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia pada tahun 1989. Indonesia sendiri sudah memulai melakukan pelabelan halal sejak akhir tahun 1976, dimana labelisasi saat itu di pimpin oleh Kementerian Kesehatan saat itu. Labelisasi halal saat itu justru tidak mengangkat kata halal, melainkan sebaliknya. Makanan dan minuman yang mengandung babi dan turunannya di labeli “Mengnadung Babi” oleh Kementerian Kesehatan saat itu. (Faridah, 2019)

Gambar 1. 2
Logo Mengandung Babi



*Sumber: Journal of Halal Product and Research Volume 2 Nomor 2 Faridah HD
2019*

Menurut jurnal yang diterbitkan (Faridah, 2019), dulu makanan atau minuman yang mengandung babi tidak banyak sehingga pemberian label haram dinilai lebih efektif pada saat itu. Kemenkes saat itu bekerja sama dengan Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) untuk membagikan label tersebut kepada perusahaan yang membutuhkan. Barulah Pada 1985, tepatnya pada tanggal 12 Agustus, terjadi pergantian label yang bertuliskan “Mengandung Babi” menjadi label “Halal”. Hal ini sesuai dengan SKB 2 Menteri antara Menteri Kesehatan dan Menteri Agama Republik Indonesia.

Menurut aturan SKB Nomor 42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan Nomor 68 Tahun 1985 tentang Pencantuman tulisan halal pada label makanan, label halal tersebut boleh dipergunakan setelah mendapatkan izin dan pemeriksaan dari Departemen Kesehatan (Depkes). Departemen Kesehatan juga bekerja sama dengan Departemen Agama saat itu. Mereka membentuk sebuah tim khusus bernama Tim Penilaian Pendaftaran Makanan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Depkes.

Setelah berjalan tiga tahun, masyarakat kala itu dihebohkan oleh kasus makanan yang mengandung babi di pasaran. Hal ini membuat masyarakat menurunkan kepercayaannya sehingga berimbas kepada pendapatan perusahaan yang menurun. Akhirnya Saat itu, MUI yang masih berupa organisasi non pemerintah yang terdiri dari ulama, zuama, dan cendekiawan muslim melakukan perundingan dengan pihak pemerintah. Hasilnya, pada 1989, terbentuklah LPPOM MUI untuk meredam kekhawatiran masyarakat terkait peredaran lemak babi pada 1988. Hingga sertifikasi produk halal kemudian diserahkan kepada pihak MUI. Implementasinya baru dimulai pada 1994 dengan aturan sertifikat produk halal baru diserahkan ke produsen setelah dilakukan pemeriksaan oleh LPPOM MUI.

Setelah puluhan tahun sertifikasi halal dilakukan oleh MUI kini sertifikasi halal resmi berpindah tangan mulai tanggal 1 Maret 2022 penggunaan logo halal MUI akan digantikan oleh logo halal dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Hal ini menjadi kontroversi, terutama logo halal MUI ini seperti yang dikatakan oleh Kiai Al Aiyub sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia maupun dunia, ditambah lagi logo terbaru milik Kementerian Agama ini memiliki kesamaan atau mencerminkan salah satu adat di Indonesia yaitu adat Jawa. Pada bentuk logo halal terbaru Kementerian Agama ini memiliki bentuk gunung lancip ke atas berbentuk limas seperti gunung wayang kulit dalam perwayangan dan juga motif surjan.

Mengutip dari Detik.com, terkait filosofi desain halal yang baru ini, Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Muhammad Aqil Irham menjelaskan desain ini mengadaptasi nilai-nilai keindonesiaan. Bentuk dan corak yang digunakan merupakan artefak-artefak

budaya yang memiliki ciri khas yang unik berkarakter kuat dan merepresentasikan Halal Indonesia.

Sementara itu mengutip dari sumber lain yaitu Tempo.co Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Muhammad Aqil Irham, mengungkapkan perancang atau desainer dari label halal terbaru yang menggantikan label halal Majelis Ulama Indonesia. Aqil mengatakan, label yang berwarna ungu dan disebut-sebut kaligrafi halal dalam bahasa arabnya seperti bentuk gunung wayang itu didesain tidak oleh satu orang saja. Kata dia, ada tim khusus di internal BPJPH yang mendesain label atau logo halal itu.

Aqil mengatakan, perancang label halal terbaru ini juga tidak melibatkan seorang desainer ternama. Perancang ini murni dari orang-orang internal BPJPH dengan melibatkan konsultan dan banyak literatur sebagai dasar pertimbangan.

Mengutip dari CNN Indonesia, logo halal baru tersebut mendapatkan kritik keras dari Wakil Ketua Umum MUI Anwar Abbas. Ia menilai bahwa logo terbaru yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama lebih mengedepankan artistik dibanding penonjolan kata halal dalam bahasa Arab. Menurut Anwar Abbas bentuk gunung dalam logo tersebut kental dengan dunia perwayangan budaya Jawa dan tak mencerminkan kata halal dalam tulisan Arab, “karena yang namanya budaya bangsa itu bukan hanya budaya Jawa, sehingga kehadiran dari logo tersebut menurut saya menjadi terkesan tidak arif”.

Gambar 1.3
Logo Halal Kementerian Agama



Sumber: Tempo.Co 2022

Hal senada juga disampaikan Iman Permana, Ph.D selaku kepala Biotechnology and Halal Center Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang sudah mendapat pengakuan dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) Kementerian Agama Republik Indonesia, sebagai salah satu lembaga pendampingan Halal bagi UMK yang membutuhkan sertifikasi Halal.

Mengutip dari Republika.co.id, “Kalau dilihat dari bentuknya selintas memang seperti gunung pada wayang, dan wayang itu sendiri asumsinya erat dengan beberapa kultur di Indonesia misalnya di Jawa. Maka dari isi itu bisa dilihat tidak mencerminkan pluralitas yang ada di Indonesia dan sepertinya tidak begitu menonjolkan nilai-nilai Islam,”.

Sementara itu alasan dibalik berubahnya atau bergantinya logo halal seperti dikutip dari Republika.co.id adalah karena berpindahnya wewenang sertifikasi

halal Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) ke BPJPH Kementerian Agama. BPJPH memiliki kewajiban menetapkan logo halal yang tertuang dalam Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang berbunyi “BPJPH menetapkan bentuk Label Halal yang berlaku nasional.” Penetapan ini juga bagian dari pelaksanaan amanat Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH.

Terdapat banyak faktor yang memengaruhi perubahan logo, seperti misalnya logo lama tampak terlihat usang atau menginginkan adanya logo baru yang lebih efektif, penginternasionalan logo, citra buruk, Merger, akuisisi dan demerger, terlalu mirip dengan *brand* lain, Pengembangan identitas perusahaan, atau *re-branding*. Seperti juga yang dikatakan oleh Gabriel Shaoolian dalam artikel berjudul "*Updating Your Brand For A Fresher Look: How To Know It's Time For A Logo Redesign*" Forbes menuliskan bahwa tidak ada logo yang bisa tetap relevan selamanya. Waktu berubah, begitu juga dengan kepekaan desain dan norma.

Faktor yang memengaruhi dari berubahnya logo halal ini adalah perpindahan wewenang sehingga menyebabkan *rebranding* dari logo halal perlu dilakukan, di mana di logo halal sebelumnya terpampang tulisan Majelis Ulama Indonesia, sementara saat ini kewenangan sertifikasi sudah beralih ke BPJPH.

Gambar 1. 4
Logo Halal Majelis Ulama Indonesia



Sumber: Liputan 6.com 2022

Desain logo halal MUI ini jelas sangat identik dengan MUI, bentuk lingkaran berwarna putih bertuliskan Majelis Ulama Indonesia, dan di dalam lingkaran berwarna hijau bertuliskan Majelis Ulama Indonesia dalam bahasa Arab, sedangkan di dalam tulisan logo tersebut ada tulisan halal menggunakan bahasa Arab dan tulisan halal menggunakan bahasa Indonesia.

Semiotika John Fiske terkenal dengan sebuah penjabaran peristiwa menjadi peristiwa apabila telah diencode oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan berikut. Pada tahapan pertama adalah realitas (*reality*), yakni peristiwa yang ditandakan (encoded) sebagai realitas-tampilan. Misalnya, lingkungan perilaku, bahasa tulis berupa, teks, transkrip wawancara dan sebagainya. Jika logo dianggap realitas, maka harus ada tanda-tanda peristiwa tersebut.

Pada Tahap kedua disebut representasi (representation) Realitas yang terenkod dalam encoded electronically harus ditampilkan pada *technical codes*, seperti kamera, lighting, editing, music, suara. Dalam bahasa tulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, dan sebagainya. Sedangkan dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, music, dan sebagainya. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan, antara lain karakter, narasi, dialog, setting dan sebagainya.

Tahap ketiga adalah ideologi (ideology). Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriaki, individualism, ras, kelas, materialis, kapitalisme, dan sebagainya.

Ketika kita melakukan representasi atau suatu realita, menurut Fiske, tidak dapat dihindari adanya kemungkinan memasukan ideologi dalam konstruksi realitas (Mursito, 2007).

Maka dari itu proses pengkodean Fiske tersebut dapat menjadi acuan sebagai pisau analisa peneliti dalam mengungkap makna yang terkandung dalam logo halal terbaru Versi Kementerian Agama Republik Indonesia.

Sebuah logo sendiri diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan *competitor* atau pesaing. Logo bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Logo adalah sebuah simbol atau gambar pengidentifikasi perusahaan tanpa kehadiran nama perusahaan (dalam salah satu artikel Design Institute of Australia, dalam Rustan, 2009:13)

Definisi logo dalam buku *Mendesain Logo* karya Suriyanto Rustan adalah huruf atau simbol (gambar) yang berisi makna, terdiri dari satu atau beberapa kata sebagai simbol atau nama perusahaan dan sebagainya. Perusahaan, organisasi, institusi pendidikan, pemerintahan dan lainnya, pasti membutuhkan simbol sebagai pengidentifikasi yang dapat dengan mudah dikenali masyarakat. (Rustan, 2009)

Adanya logo dalam sebuah produk umumnya mengandung tujuan dan makna tertentu, terutama logo halal dalam kemasan produk makanan dan minuman yang di pasarkan di Indonesia dimana Indonesia sendiri memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam dan pantang untuk menentang syariat Islam seperti yang disebutkan di atas, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang Logo Halal terbaru Kementerian Agama Republik Indonesia. Maka penulis akan berusaha mengkaji lebih jauh mengenai makna yang terkandung dalam logo Halal terbaru versi Kementerian Agama dengan menggunakan analisis semiotika dari John Fiske. Pada penelitian ini penulis mencoba meneliti level realitas, level representasi, dan level ideologi yang terdapat dalam logo Halal terbaru versi Kementerian Agama Republik Indonesia sehingga menuai sebuah kontroversi.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan kontroversi tersebut, maka peneliti pun ingin menganalisis lebih jauh mengenai logo. Maka dari itu, rumusan masalah makro dari penelitian

ini adalah “Bagaimana Makna Logo Halal Terbaru Versi Kementerian Agama Republik Indonesia”.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah makro yang telah peneliti jelaskan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah mikro yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

- (1) Bagaimana level realitas yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama Republik Indonesia?
- (2) Bagaimana level representasi yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama Republik Indonesia?
- (3) Bagaimana level ideologi yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama Republik Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Bertolak dari latar belakang penelitian diatas, maka maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana analisis semiotika mengenai makna logo Halal terbaru versi Kementerian Agama Republik Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang peneliti rumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui level realitas yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama.
2. Untuk mengetahui level representasi yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama.
3. Untuk mengetahui level ideologi yang terdapat pada logo Halal terbaru versi Kementerian Agama.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara garis besar penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, untuk akademik, masyarakat luas dan terutama bagi pihak instansi terkait. Kegunaan penelitian juga dapat dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang dapat digunakan oleh banyak pihak.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menunjang perkembangan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam perkembangan komunikasi. Seorang Humas harus mempelajari dan memahami studi analisis semiotika, karena sangat menunjang untuk membentuk citra diri dan identitas sebuah perusahaan/organisasi/lembaga itu sendiri.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Berdasarkan pengembangan dari penelitian ini, diharapkan berguna untuk menganalisis dan memahami permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Dan kegunaan untuk membantu pemecahan dan mengantisipasi masalah yang berfokus pada 3 kegunaan:

a. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti terutama memahami analisa semiotika mengenai makna logo Halal terbaru Kementerian Agama Republik Indonesia.

b. Kegunaan untuk Akademik

Berguna bagi mahasiswa UNIKOM, yaitu sebagai referensi bagi mahasiswa secara umum dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama serta memberi kontribusi untuk pengembangan ilmu yang bersangkutan. Dan juga berguna untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi bagi peneliti yang akan meneliti mengenai studi analisis semiotika.

c. Kegunaan untuk Instansi

Penelitian ini berguna bagi organisasi pemerintahan yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian yaitu Kementerian Agama sebagai bahan informasi melalui literatur yang membahas mengenai makna dari logo Halal terbaru Kementerian Agama Republik Indonesia.