



## Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Perubahan Logo Halal di Instagram

Mustika Khairunnisa<sup>1</sup>, Rubino<sup>2</sup>, Irma Yusriani Simamora<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

[khairunnisamustika19@gmail.com](mailto:khairunnisamustika19@gmail.com), [rubino@uinsu.ac.id](mailto:rubino@uinsu.ac.id), [irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id](mailto:irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id)

### INFO ARTIKEL

**Keyword:**

news; logo; halal;  
Instagram; students

**Kata kunci:**

berita; logo; halal;  
instagram;  
mahasiswa

### ABSTRAK

**Abstract:** *This research aims to determine students' perceptions regarding the news of changing the halal logo on Instagram at the North Sumatra State Islamic University Campus II Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan. Specifically, this research aims to determine student perceptions regarding: first, changes to the logo. Second, the shape of the logo. Third, logo readability. Fourth, logo color. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. This research uses data collection techniques using interviews. The informants in this research were six people who were active students of the 2018 Stambuk Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Data analysis was carried out by referring to Miles Haberman's opinion, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research conducted show that: first, in changing the halal logo, some students agree with this. Second, all informants agreed that the shape of the halal logo resembles a surjan mountain. Third, regarding the legibility of the logo, some students from the Islamic Communication and Broadcasting Study Program said that the writing was legible and looked fashionable, but there were those who said that the writing on the logo was unreadable and the Arabic writing was not visible. Fourth, students from the Islamic Communication and Broadcasting Study Program said the color purple is good and shows faith. However, there are also those who say that the green color in the old logo was more iconic and had an Islamic nuance.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang berita pergantian logo halal di Instagram di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Kampus II Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan. Secara khususnya penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang: pertama, perubahan logo. Kedua, bentuk logo. Ketiga, keterbacaan logo. Keempat, warna logo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Informan dalam penelitian ini berjumlah enam orang yang merupakan mahasiswa aktif prodi komunikasi dan penyiaran Islam stambuk 2018. Analisis data dilakukan dengan mengacu pendapat Miles Haberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: pertama, dalam pergantian logo halal, sebagian mahasiswa setuju dengan hal tersebut. Kedua, seluruh informan setuju bahwa bentuk logo halal menyerupai gunung surjan. Ketiga, dalam keterbacaan logo, sebagian mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam mengatakan bahwa tulisannya dapat dibaca dan terlihat modis, namun ada yang mengatakan bahwa tulisan dalam logo tidak dapat terbaca dan tulisan arabnya tidak kelihatan. Keempat, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam mengatakan warna ungu itu bagus dan menunjukkan keimanan. Namun ada juga yang mengatakan bahwa warna hijau di logo yang lama lebih ikonik dan bernuansa Islami.

## Pendahuluan

Persepsi adalah proses yang dimulai dengan penginderaan, di mana stimulus diterima oleh individu melalui indera atau sensoris. Namun, proses ini tidak berakhir di situ saja; stimulus tersebut kemudian diproses lebih lanjut menjadi persepsi. Individu mengorganisir dan menginterpretasikan stimulus yang dideteksinya, sehingga mereka menyadari dan memahami apa yang mereka indra, dan tahap ini disebut sebagai proses persepsi.

Logo merupakan bentuk visual atau lambang dari suatu produk, lembaga maupun organisasi. Logo dibuat untuk mencerminkan, menggambarkan atau mengartikan ciri khas dari suatu lembaga. Di era sekarang, logo telah menjadi kebutuhan yang amat penting bagi sebuah organisasi. Mereka bahkan membuatnya secara khusus dengan detail dan dengan makna yang tentunya berbeda-beda.

Dengan adanya logo halal di produk yang akan digunakan atau dikonsumsi, maka produk tersebut sudah memenuhi standar produk yang dapat dikonsumsi umat Islam. Di Indonesia sendiri, makanan halal sudah diawasi di tahun 1976. Saat itu yang ditandai bukanlah makanan halal, melainkan makanan haram. Namun seiring perkembangan zaman dari tahun ke tahun, maka dirancanglah penelitian tanda halal di tahun 1985 yang kemudian diserahkan kepada MUI (Majelis Ulama Indonesia) untuk mengurus atau menandai makanan yang halal.

Dalam agama Islam sendiri, memakan makanan halal merupakan kewajiban dan sudah tertulis dalam al-quran surah al-maidah, 5 : 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: "Makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya."

"Mukmin harus bahagia hidup di dunia ini, kebahagiaan rohani dan jasmani. Di antara kebahagiaan jasmani adalah menikmati rezeki yang halal." Dengan adanya logo halal, umat muslim di Indonesia sudah tidak perlu khawatir apakah makanan atau produk yang dibeli itu dapat dikonsumsi atau tidak. Tentunya ini sangat memudahkan kita ketika berbelanja di pusat perbelanjaan.

Majelis Ulama Indonesia yang mengeluarkan logo Indonesia mengalami fase perubahan. Dan itu merupakan hal yang dirasa wajar seiring pergantian tahun atau zaman. Dan sejak awal pembuatannya, para pelaku bisnis maupun usaha wajib menerapkan atau mencantumkan logo sertifikasi halal Indonesia sesuai dengan UU Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal.

Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang merupakan Universitas yang menjunjung nilai agamis Islami yang memiliki salah satu fakultas dakwah dan komunikasi yang juga terdapat di dalamnya prodi komunikasi dan penyiaran Islam, tentunya mahasiswa di dalamnya sudah ditanamkan ajaran-ajaran Islam sejak masuk ke bangku perkuliahan. Dengan kemajuan teknologi dan akses ke sosial media tentunya mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam sudah tidak asing lagi dengan salah satu platform bernama *Instagram* yang memuat banyaknya postingan serta informasi berita.

Berita-berita yang dimuat dalam *Instagram* tentunya sangat banyak sekali, berita-berita yang telah diunggah di *Instagram* memiliki potensi yang akan menuai banyak penilaian dari *netizen* atau pengguna *Instagram*, tak luput juga dengan adanya pemberitaan pergantian logo halal Indonesia yang di muat di platform *Instagram* tersebut. Tepatnya pada 1 Maret 2022 kementerian agama republik Indonesia telah menyatakan pergantian logo halal Indonesia yang memicu banyak pro dan kontra, hal itu dilihat dari banyaknya komentar warga net di *Instagram* menyampaikan pendapatnya di kolom komentar yang ada dalam postingan setiap pemberitaannya.

Tampilan baru logo halal Indonesia yang bewarna ungu serta mirip dengan gunung wayang dan motif surjan itu telah menjadi perbincangan. Sebelumnya, logo halal Indonesia memiliki warna hijau yang khas dengan nuansa Islaminya dan warna putih sebagai warna tulisan halalnya. Di luar dari bentuk lingkaran logo yang lama, logo halal Indonesia bertuliskan majelis ulama Indonesia dengan warna hitam. Logo halal Indonesia yang lama pun berbentuk seperti stempel bulat dengan hijau menjadi warna dasarnya.

Setelah sekian lama umat muslim Indonesia yang telah familiar dengan logo halal Indonesia yang lama, kini logo halal Indonesia berganti pada desain baru. Tentunya logo baru yang memiliki desain lebih mencolok sehingga menuai komentar dari banyak kalangan. Aqil Irham sendiri telah menjelaskan makna dari bentuk logo tersebut. Ia mengatakan bahwa logo ini memiliki arti Indonesia yang memiliki bentuk gunung dan motif surjan wayang kulit berbentuk limas lancip ke atas. Di dalamnya memiliki huruf arab lam alif dan lam yang kemudian membentuk kata halal.

Bentuk itu disebut juga golong gilig dimana semakin mengerucut maka manusia semakin dekat dengan Sang Pencipta dan motif surjan sebagai pemberi pembatas yang jelas. Warna ungunya bermakna keimanan dan kesatuan lahit batin serta daya imajinasi. Dan logo baru ini sudah dapat diterapkan mulai 1 maret 2022.

Dari tanggal tersebut, maka penggiat usaha sudah dapat memakai dan menerapkan logo halal Indonesia yang baru. Penerapan logo halal Indonesia tentunya memasuki masa transisi dari logo halal Indonesia yang lama ke logo halal Indonesia yang baru. Selama periode transisi ini, logo Halal Indonesia yang sudah ada tetap berlaku hingga tahun 2026.

Karena desain dengan gaya yang dianggap lumayan nyentrik, logo halal Indonesia menuai komentar pro dan kontra. Banyak yang mengomentari desain baru tersebut, ada yang mendukung karena dinilai bentuknya lebih modern dan adapula yang mengomentari bahwa desain lama lebih bagus dan lebih jelas huruf Arabnya, dan sebagainya. Mereka juga mengomentari desain yang ditampilkan seakan mengedepankan nilai artistiknya saja. Dengan adat kearifan lokal Jawa yang kental dan tulisan halal berbahasa arab di dalamnya nyaris tak bisa terbaca.

Mahasiswa dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Sumatera Utara yang dinilai memiliki keahlian dalam pemahaman di bidang komunikasi dan penyiaran yang berhubungan juga dengan media massa, tentunya mengetahui isu pergantian logo halal ini. Mereka banyak yang aktif dalam bermedia sosial, khususnya *Instagram*. Mereka juga turut menanggapi dan memberikan persepsinya terhadap pergantian logo halal Indonesia tersebut.

Walau demikian, logo halal Indonesia yang baru telah diresmikan. Meski sampai tahun 2026 nanti, logo halal lama Indonesia masih dapat digunakan. Meskipun sebagian orang memiliki pandangan negatif terhadap logo Halal Indonesia yang baru, namun ada juga kelompok yang memberikan pujian terhadap desain baru tersebut.

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti akan menganalisa lebih dalam bagaimana pendapat atau respons dari mahasiswa prodi komunikasi dan penyiaran Islam mengenai kontroversi logo halal Indonesia yang baru dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Pergantian Logo Halal Di *Instagram*”**.

## Metode

Tipe dari penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena atau gejala alami. Peneliti menggunakan penelitian lapangan *file research* pendekatan kualitatif. Dengan jenis ini maka dapat memaparkan atau menarasikan persepsi mahasiswa terhadap berita logo halal Indonesia yang baru di media sosial *Instagram*.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti memanfaatkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden selama sesi wawancara. Daftar pertanyaan ini berfungsi sebagai panduan untuk memastikan bahwa topik-topik yang diinginkan telah dicakup dan untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan merinci pertanyaan sebelumnya, peneliti dapat memastikan konsistensi dalam pendekatan wawancara dan memungkinkan perbandingan yang lebih sistematis antara tanggapan informan. Dalam hal ini peneliti juga menggunakan alat

sebagai pendukung jalannya penelitian seperti buku, pulpen, gawai dan lain sebagainya. Miles dan Huberman (1992) membagi analisis menjadi tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan. Alur-alur tersebut melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hasil dari jawaban informan maka akan diketahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap Berita Logo Halal yang baru.

### **1. Pergantian Logo Halal**

Pergantian logo halal Indonesia yang langsung diberitakan ke khalayak tentunya bertujuan untuk menginformasikan bahwa logo Halal Indonesia telah diganti dengan desain yang baru kepada seluruh masyarakat Indonesia. Setelah pemberitaan mengenai pergantian desain logo halal Indonesia yang telah diketahui oleh khalayak ramai, maka banyak yang mengungkapkan bagaimana pandangan ataupun persepsi mereka mengenai logo halal tersebut.

Terkadang kita merasakan bahwa persepsi kita merupakan efek dari sikap kita. Inti persepsi terletak pada kesadaran individu untuk melihat sesuatu secara langsung. Sedangkan sikap adalah kecenderungan untuk merespons sesuatu, apakah seseorang, benda, situasi, peristiwa, atau ide. Rokeach menjelaskan bahwa dalam konsep persepsi terdapat dua komponen utama, yaitu komponen kognitif dan konatif. Dalam konteks ini, sikap dianggap sebagai faktor predisposisi untuk merespons dan berperilaku. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap memiliki hubungan dengan perilaku, dan sikap berperan sebagai predisposisi untuk bertindak atau berperilaku.

Setelah tersampainya berita mengenai pergantian logo halal dan telah ditanggapi mau pun dikomentari, ternyata banyak yang setuju dengan desain logo halal yang baru. Tak hanya yang setuju atau pro dengan pemberitaan tersebut, ada juga yang merasa bahwa logo yang lama lebih bagus.

Dalam wawancara yang telah dilakukan, berikut jawaban mengenai berita perubahan logo. Suharis Prabudi dalam jawabannya ketika diwawancarai mengaku bahwa ia setuju dengan logo halal baru.

“Menurut saya lebih bagus logo yang baru. Saya sepakat karena logo Filosofi Halal Indonesia mengadaptasi nilai-nilai ke-Indonesiaan. Saya juga pernah melihat produk yang dijual dengan menggunakan logo halal yang baru. Jadi Insya Allah logo halal yang baru mudah diterima masyarakat.”

Dalam wawancara, Monica Tri Weni Siregar juga menyampaikan pendapatnya:

“Saya sepakat dengan pergantian logo halal karena saya justru lebih menyukai logo yang sekarang, karena terkesan modern tanpa meninggalkan makna utama.”

Melisa Afriani Nasution pun sepakat dengan pergantian logo tersebut, ia menyatakan dalam wawancara:

”Saya tim yang manut saja. Kalau logo yang baru ini sudah dikenal dunia juga pasti nanti diterima masyarakat.”

Berbeda dari tiga pendapat di atas, Yuyun Lestari mengatakan bahwa ia kurang setuju dengan berita pergantian logo halal baru.

“Saya kurang setuju, kalau melihat logo halal yang lama dan yang baru, saya lebih suka sama logo yang lama.

Begitu juga dengan Sinta Ayu Kusuma Wardhani. Dalam menanggapi pro dan kontra logo halal Indonesia, dia mengatakan bahwa ia tidak setuju dengan digantinya logo halal Indonesia:

“Saya tidak setuju. Karena saya sudah nyaman dengan desain yang lama. Logo yang baru kaya wayang. Memang lebih simple, tapi bentuknya aneh, bagus yang lama.”

Dalam wawancara yang dilakukan, Nurajijah Hasugian juga menyampaikan sikapnya tentang logo halal baru:

“Menurut saya pribadi tidak sepakat logo halal Indonesia diganti dengan yang baru karena tidak terlihat seperti tulisan Arab. Seharusnya tetap memakai logo halal yang lama karena itu lebih mudah dikenali masyarakat.”

## **2. Bentuk Logo Halal**

Persepsi merupakan hal yang sangat penting alih-alih karena persepsi merupakan bagian dari realitas dapat mempengaruhi cara konsumen berperilaku secara langsung. Persepsi adalah langkah-langkah dalam memilih, mengatur, dan memberikan arti pada informasi yang diterima tentang suatu gambaran. Dengan kata lain, hal ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki persepsi yang beragam walaupun objek dan situasi yang diperhatikan sama.

Maka dari itu, dalam wawancara juga telah didapatkan bagaimana tanggapan enam informan yang tentang bentuk logo halal. Dalam wawancara telah didapat jawaban dari Suharis Prabudi:

”Menurut saya bentuknya bagus. Bentuk dan coraknya merupakan artefak budaya yang ada ciri khas dan berkarakter kuat menunjukkan halal Indonesia yang menyerupai gunung wayang. Menurut saya BPJPH kemenag memiliki kewajiban untuk menetapkan logo halal yang baru.”

Sedangkan dari Monica Tri Weni Siregar, dalam wawancara mengatakan bahwa:

“Bentuk logo halal yang baru ini lebih modis dan saya rasa itu akan membuat logo yang baru ini diterima masyarakat luas.

Yuyun Lestari dalam wawancara juga mengatakan:

“Bentuk logo yang baru menurut saya kurang pas, bentuk tulisannya juga kurang terbaca dan tidak seperti huruf arab”

Berbeda dengan Melisa Afrianti Nasution yang mengatakan:

“Tanggapan saya, emang logo halal yang baru ini menyerupai gunung wayang, tapi saya sepakat saja karena semakin berkembangnya zaman, pasti harus ada inovasi.”

Sinta Ayu Kusuma Wardhani dalam tanggapannya mengenai bentuk logo halal Indonesia di wawancara mengatakan:

“Menurut saya desain logo yang baru tidak terlalu Islami namun lebih menyerupai wayang.”

Nurajijah Hasugian mengatakan, “menurut saya, logo halal baru tidak mencerminkan seperti lambang halal yang disepakati oleh para ulama. Terlihat seperti ada mengandung unsur budaya dalam pembuatan logo tersebut. Dan menurut saya bagusnya hal tersebut didiskusikan kembali dan tidak langsung disetujui begitu saja.”

## **3. Keterbacaan Logo Halal**

Setelah mendapatkan tanggapan mengenai bentuk logo halal Indonesia, dalam wawancara para informan juga memberikan tanggapannya mengenai tentang keterbacaan logo halal Indonesia. Dalam wawancara yang dilakukan, Suharis Prabudi menjawab bahwa:

”Logo halal baru itu tidak jelas huruf lam di akhir, dianggap seperti kaf. Namun huruf Arabnya dapat dilihat merangkai tulisan Halal.”

Monica Tri Weni Siregar juga menanggapi dalam wawancara:

“Saya rasa tulisan dalam logo halal yang baru cukup terbaca walaupun bentuk dari huruf-hurufnya modis dengan sentuhan kaligrafi yang bertemakan nusantara.”

Dalam tanggapannya, Yuyun Lestari mengatakan:

“Tulisan arabnya tidak seperti arab. Karena logo yang lama sangat jelas tulisan Arabnya halal. Sedangkan logo yang baru sangat-sangat tidak sesuai menurut saya. Tidak terlihat bacaan halalnya.”

Melisa Afriani Nasution juga menanggapi dan berkata:

“Menurut saya ya terbaca aja sih, tau tau aja kalau itu bacaan halal, karenakan emang itu logo halal.”

Ketika diwawancarai Sinta Ayu Kusuma Wardhani mengatakan bahwa:

“Logo halal yang baru menurut saya tulisannya yang mengikuti bentuknya yang menyerupai wayang tersebut kurang jelas terbaca.”

Nurajijah juga beranggapan tentang keterbacaan logo halal:

“Menurut saya logo halal baru tidak mudah diterima masyarakat, karena logo halal yang baru tersebut tidak terlihat seperti logo yang disepakati para ulama dan tidak terlihat unsur agama di dalamnya. Berbeda dengan logo halal yang sebelumnya sudah sangat jelas bacaan halalnya.”

#### 4. Warna logo Halal

Dalam wawancara yang dilakukan, informan juga menyampaikan pendapatnya mengenai warna logo halal Indonesia. Suharis Prabudi dalam wawancara mengatakan:

“Warna ungunya sudah bagus dan juga ada warna hijau toska yang setelah saya lihat dari berita warna-warna tersebut mempresentasikan makna keimanan, kebijaksanaan, dan lain-lain, itu bagus.”

Monica Tri Weni Siregar dalam wawancara juga menyampaikan pendapatnya mengenai warna logo halal Indonesia:

“Warna ungu dalam logo halal Indonesia ini menurut saya menciptakan kesan modern.”

Dalam wawancara, Yuyun Lestari juga berpendapat:

“Saya lebih suka warna yang lama daripada warna logo yang baru.”

Melisa Afriani juga mengatakan:

“Warnanya bagus aja sih menurut saya.”

Sinta Ayu Kusuma Wardhani dalam wawancara mengatakan:

“Warna hijau dalam logo yang lama lebih bagus dan lebih ikonik.”

Sedangkan Nurajijah juga beranggapan tentang tentang logo halal:

“Logo Halal yang lama dengan warna hijau itu lebih dapat nilai islaminya daripada ungu.”



**Logo Lama**



**Logo Baru**

*Sumber: Label Halal. ©2022 kemenag*

#### Pembahasan

Hasil penelitian yang melibatkan wawancara dengan enam informan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam stambuk 2018 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, menunjukkan adanya perbedaan persepsi atau pandangan terkait pergantian logo halal Indonesia. Menariknya, setiap informan memiliki sudut pandang yang unik terkait perubahan tersebut.

Penemuan ini mencerminkan keragaman pandangan di antara mahasiswa terkait isu halal, yang pada dasarnya merupakan aspek penting dalam aturan dan nilai agama Islam. Meskipun mungkin terdapat perbedaan pendapat, hal ini dapat dianggap sebagai refleksi dari keberagaman interpretasi dan pemahaman terhadap isu kehalalan dalam konteks logo halal Indonesia.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perspektif mahasiswa terkait pergantian logo halal, sekaligus menunjukkan kompleksitas dalam pemahaman nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat akademis.

Persepsi adalah proses kognitif dan terjadi setelah proses penginderaan atau sensoris. Proses ini melibatkan interpretasi dan pemberian makna terhadap stimulus atau informasi yang diterima melalui alat indera. Dalam konteks wawancara dengan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam stambuk 2018 UIN SU, diketahui bahwa mereka mengetahui adanya kontroversi terkait pergantian logo halal Indonesia yang

baru.

Penting untuk dicatat bahwa persepsi individu terhadap kontroversi tersebut mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk latar belakang, nilai-nilai, dan pengalaman pribadi masing-masing mahasiswa. Selain itu, informasi tersebut dapat diterima atau diakses melalui berbagai media, dan dalam konteks ini, diketahui bahwa semua informan merupakan pengguna aktif *Instagram*.

Keterlibatan mereka sebagai pengguna aktif Instagram dapat memengaruhi cara mereka menerima informasi, karena platform media sosial ini sering menjadi sumber berita dan pandangan yang beragam. Oleh karena itu, peran media sosial dalam membentuk persepsi dan pemahaman terhadap suatu isu, termasuk kontroversi pergantian logo halal, dapat menjadi salah satu aspek yang menarik untuk dipelajari lebih lanjut dalam penelitian.

Perbedaan fisik, latar belakang, pola pikir, dan karakteristik tiap individu membuat manusia menjadi makhluk yang unik. Dalam konteks ini, manusia tidak hanya merupakan makhluk sosial yang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, tetapi juga makhluk individual dengan pengalaman dan pandangan pribadi yang unik.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak semua Mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Stambuk 2018 UIN SU setuju dengan adanya pergantian logo halal. Tiga orang menyatakan tidak setuju dengan pergantian logo halal, sedangkan 2 orang menyetujui dengan digantinya logo halal Indonesia dan 1 orang kurang setuju dan mengatakan tergantung masing-masing individu.
2. Mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam stambuk 2018 UIN SU sepakat bahwa bentuk logo halal yang baru mirip dengan gunung wayang Jawa. Tiga orang informan menyukai desain logo halal yang baru karena dianggap lebih modern dan bernuansa nusantara.
3. Mengenai keterbacaan logo halal, 3 informan berpendapat bahwa tulisan Arab dalam logo halal yang baru bagus, modis dan dapat di lihat tulisan halalnya. Sedangkan 3 lainnya mengatakan bahwa tulisan arab dalam logo halal baru sulit dibaca dan terkesan tidak bagus.
4. Mengenai warna logo halal, ada yang berpendapat bahwa warna ungu mencerminkan Islami dan terlihat modern. Dan ada juga yang berpendapat bahwa warna hijau lebih bagus. Mereka juga ada yang berpendapat bahwa warna hijau di logo yang lama itu lebih bagus dan bernuansa Islami.

### **Daftar Rujukan**

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Adams, Sean, Morioka, Noreen. (2004). *Logo Design Workbook A Hands-On Guide To Creating Logos*. United States of America: Rockport Publisher, Inc.
- Albakir, S. N. W. S. M., & Mohd-Mokhtar, R. (2011, May). A conceptual design of genuine Halal logo detector. In *2011 IEEE International Conference on Imaging Systems and Techniques* (pp. 296-301). IEEE
- Asri, N. M., Ahmad, M. S., & Endut, W. (2013). Persepsi Pengguna Terhadap Logo/Sijil Halal: Kajian Kes di Selangor. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 20, 37-57.
- Hamidon, S. F. (2016). Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim): Satu Sorotan Literatur. *Journal of Shariah Law Research*, 1(1).
- Ismail, W. R. B. W., Othman, M., Rahman, R. A., Kamarulzaman, N. H., & Rahman, S. A. (2016). Halal Malaysia logo or brand: the hidden gap. *Procedia Economics and Finance*, 37, 254-261.
- Mohamed, Z., Rezai, G., Shamsudin, M. N., & Chiew, E. F. C. (2008). Halal logo and consumers' confidence: What are the important factors. *Economic and Technology Management Review*, 3(1), 37-45.
- Salahuddin, N., Isa, N. M., & Salahuddin, N. R. (2022). Demystifying halal logo literacy. *Jurnal Pengguna*

*Malaysia*, 38(2), 138-153.

Saleh, Adnan Achiruddin. (2018). *Pengantar psikologi*. Makassar: Penerbit Aksara Timur.

Syawal, S., Ismaya, I., Galib, A. A. C., Bando, U. D. M. A., Elihami, E., & Sudirman, M. Y. (2022). Komunikasi Dalam Persepektif Islam. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 4(2), 122-131.

Zakaria, Zainal Arifin. (2016). *Tafsir Inspirasi Inspirasi Dari Kitab Suci Alquran*. Medan: Duta Azhar.