

## Desain, Kebudayaan, dan Kekuasaan: Analisis Identitas Pada Desain Logo Halal Kementerian Agama

Wirawan Sukarwo<sup>1</sup>, Faisal Akbar<sup>2</sup>, Abu Maskur<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Indraprasta PGRI  
e-mail: [wirawansukarwo@gmail.com](mailto:wirawansukarwo@gmail.com)

---

**Cara Sitasi:** Sukarwo Wirawan, Akbar Faisal, Maskur Abu, (2025) **Desain, Kebudayaan, dan Kekuasaan: Analisis identitas Pada Desain Logo Halal Kementerian Agama**, 2025 25(2), 58 -63

---

**Abstract** - Desain logo halal yang diluncurkan secara resmi oleh Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2022 telah memicu polemik di tengah masyarakat. Penelitian ini mengkaji konsep desain yang ditampilkan oleh desain logo halal tersebut lalu menganalisisnya dengan pendekatan teori relasi kekuasaan dari Michel Foucault serta teori identitas dari Amin Maalouf. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis konsep identitas yang ada pada desain logo halal yang baru. Analisis dilakukan melalui tahapan-tahapan kritik seni yang digagas oleh Nooryan Bahari. Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dengan studi pustaka sebagai instrumen pengambilan data. Data dikumpulkan dari berbagai literatur dan dokumen yang terkait dengan objek penelitian. Analisis data dilakukan melalui tahapan-tahapan kritik seni yaitu, deskripsi, analisis formal, dan interpretasi. Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan berupa adanya skema hegemoni kekuasaan dari representasi kultural yang ditampilkan oleh desain logo. Karakter kekuasaan yang beroperasi adalah kekuasaan disipliner yang berhasil membentuk norma kesepahaman pada masyarakat terkait desain logo. Kekuasaan disipliner tersebut diperkuat oleh konteks dualisme dan persaingan identitas antara kelompok nasionalis religius dengan sekuler.

**Keywords:** Desain, Logo Halal, Kebudayaan, Kekuasaan, Identitas

### PENDAHULUAN

Logo halal adalah produk visual yang sangat penting bagi umat Islam di Indonesia yang memang merupakan negara dengan populasi umat Islam terbesar di dunia. Pemaknaan simbolik dari sebuah logo halal yang dikenal selama ini telah memaksa negara untuk memberikan kenyamanan bagi umat Islam dalam mengkonsumsi (Alinda & Adinugraha, 2022). Logo halal adalah identitas yang sudah melekat pada gaya hidup modern umat Islam hari ini dengan beragam barang yang diproduksi secara massal (Faridah, 2019).

Masyarakat Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, tentu memiliki kepentingan besar terhadap kejelasan dan kesahihan simbol yang menunjukkan status halal pada produk-produk yang beredar di pasar. Oleh karena itu, desain logo halal yang resmi dari Kemenag RI seharusnya mencerminkan otoritas dan kepercayaan yang kuat terhadap sertifikasi halal yang diberikan, bukan hanya sebagai bentuk administrasi, tetapi juga sebagai jaminan religius yang seharusnya diterima oleh umat Islam.

Melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Agama Republik Indonesia pada tahun 2022 meluncurkan logo halal yang baru. Logo halal ini resmi menggantikan logo

halal sebelumnya yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia dan telah digunakan secara luas selama bertahun-tahun. Peluncuran logo halal yang baru ini menuai berbagai reaksi dari masyarakat dan sekaligus kalangan akademisi (Republika.co.id, 14 Maret 2022). Desain logo ini mendapat sorotan tajam, baik dari segi estetika maupun dari segi representasi simbolis dalam konteks agama Islam di Indonesia.

Dari sisi estetika, logo halal ini dianggap kurang memenuhi standar estetika visual yang seharusnya bisa dioptimalisasi pada perancangannya. Logo halal ini banyak mendapatkan kritik dari para pakar desain visual dan dianggap memiliki banyak kekurangan dari sisi desain. Dari sisi simbolik, desain logo halal ini dianggap bias kepada salah satu etnis di Indonesia dan tidak mewakili prinsip kebhinekaan yang selama ini dicita-citakan. Terlebih, para pakar kaligrafi turut bersuara dan menyatakan kalau logo halal ini menyalahi kaidah penulisan huruf kaligrafi *khat kufi* yang lazim (Kompas.com, 15 Maret 2022).

Kritik datang dari kalangan desainer grafis yang menganggap desain logo ini terlalu abstrak, tidak konsisten, atau bahkan dianggap tidak mampu mengkomunikasikan pesan yang jelas kepada masyarakat umum mengenai status halal suatu produk. Logo halal, menurut mereka, seharusnya lebih mengarah pada simbol yang lebih sederhana dan

mudah dimengerti, seperti yang telah digunakan sebelumnya.

Selanjutnya, polemik ini semakin ramai di platform media sosial, khususnya X (Twitter). Berhari-hari publik memperbincangkannya dan menjadikan logo halal ini sebagai *trending topic* dengan jumlah puluhan ribu percakapan (Poskota.co.id, 14 Maret 2022). Satu hal yang menarik adalah, kalangan yang ikut memberi kritik dan masukan adalah mereka yang merupakan kaum profesional di bidang desain visual. Beberapa pakar desain visual yang cukup terkenal di platform media sosial mengundang banyak rekan sejawatnya untuk saling mendesain logo halal dalam konteks *re-branding* identitas. Sayembara tidak resmi tersebut berhasil memunculkan ide-ide alternatif desain logo halal yang dianggap lebih representatif dan fungsional bagi masyarakat pada umumnya dan umat Islam pada khususnya.



Gambar 1. Perubahan desain logo halal  
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini berusaha untuk membongkar secara analitik konsep identitas yang ada di balik desain logo halal Kementerian Agama. Analisis dilakukan melalui pendekatan teori kekuasaan dari Michel Foucault dan teori identitas dari Amin Maalouf. Teori kekuasaan dari Foucault digunakan untuk menghubungkan secara relasional kepentingan kelas penguasa dengan beragam instrumen kekuasaan yang mereka miliki untuk menciptakan *consent*. Sedangkan teori identitas dari Amin Maalouf digunakan untuk membongkar persetujuan (*consent*) yang telah dibentuk tersebut dalam kerangka krisis yang dihadapi oleh satu kaum atau kelompok identitas.

Diharapkan, temuan metode analisis pada penelitian ini bisa memberikan semacam *guideline* untuk setiap kerja-kerja perancangan yang berkaitan dengan masyarakat luas agar bisa memberikan manfaat yang optimal. Pada akhirnya, konteks itulah yang memengaruhi konsep desain yang berpreferensi pada identitas kebudayaan Jawa di atas keberagaman kultural yang ada di Indonesia.

Tabel 1. Skema Alur Analisis

| Tahapan         | Aspek Analisis                             | Pisau Analisis  | Temuan yang ditargetkan  |
|-----------------|--|---|--|
| Deskripsi       | Tampilan/wujud /presentasi dari logo halal | Empirisme, panca indera   | Deskripsi naratif berdasarkan cerapan inderawi mengenai desain logo halal                              |
| Analisis formal | Aspek denotatif dari desain logo halal     | Semiotika strukturalis  | Deskripsi naratif mengenai bentuk dan makna desain berdasarkan penjelasan resmi dari Kementerian Agama |
| Interpretasi    | Aspek konotatif dari desain logo halal     | Semiotika post-strukturalis dengan pendekatan:<br>1. <i>Disciplinary power</i> dari Michel Foucault<br>2. Krisis identitas dari Amin Ma'alouf | Deskripsi naratif mengenai konsep kekuasaan dan identitas yang beroperasi di balik desain logo halal   |

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Secara garis besar, tahapan-tahapan yang dilakukan meliputi penyusunan rancangan penelitian (*research design*), kajian kepustakaan, pengumpulan data, analisis data, penulisan laporan, dan diseminasi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi atau pengamatan. Observasi yang dimaksud berupa observasi terhadap produksi wacana melalui kanal-kanal internet, khususnya media sosial, yang terkait dengan isu desain logo halal dari Kementerian Agama dari berbagai sumber. Hal ini merupakan bagian dari kerja lapangan siber (*cyber fieldwork*) (Bloom, 2020). Adapun wawancara mendalam dilakukan terhadap beberapa interlokutor yang berasal dari kalangan praktisi desain atau akademisi yang aktif di ranah digital. Luaran dari tahapan ini adalah data primer berupa konten-konten media sosial yang dihasilkan oleh para narasumber.

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasi data yang telah dikumpulkan melalui observasi maupun wawancara mendalam. Pengorganisasian yang dimaksud berupa reduksi data, yakni pemilahan data-data yang dianggap relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan klasifikasi data, yakni pengelompokan data berdasarkan tema-tema kunci yang diperoleh berdasarkan pola yang muncul pada data (*coding*). Tahapan ini akan menghasilkan luaran berupa bank data yang telah diorganisasi.

Data yang telah diorganisasi tersebut kemudian diinterpretasikan menggunakan teori yang relevan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori "kekuasaan" dari Michel Foucault. Secara sederhana, teori kekuasaan dari Foucault menyebutkan bahwa terdapat penciptaan consent di tengah masyarakat terkait suatu hal yang dihasilkan melalui instrument kekuasaan. Selain itu, teori identitas dari Amin Maalouf juga digunakan untuk membongkar konsep identitas yang ada di balik perancangan logo halal Kementerian Agama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tinjauan Desain Logo

Logo atau bisa disebut dengan *corporate identity* atau *brand identity* secara garis besar, adalah tanda, simbol maupun lambang yang memiliki makna yang digunakan sebagai sebuah identitas suatu organisasi, komunitas, perusahaan ataupun individu yang bertujuan agar mudah diingat oleh orang lain. Logo menurut Rustan (2009: 12) dalam bukunya yang berjudul *Mendesain Logo* disebut berasal dari bahasa Yunani, yaitu *logos* yang berarti kata, pikiran, pembicaraan akal budi. David E. Carter (dalam Utami & Hakim, 2016: 56) berpendapat bahwa 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.

Sementara itu, definisi logo yang paling umum dipakai dalam penelitian desain adalah yang disusun oleh Kusrianto (2009: 232). Menurut Kusrianto, logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan 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. Selain sebagai identitas, beberapa aspek penting dalam sebuah logo yaitu (Putri, KN, & Handok, 2023: 7825).

### 2. Kekuasaan Disipliner

Berkaitan dengan objek dalam penelitian ini, desain logo halal yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama bukanlah sekadar identitas visual, melainkan juga bentuk kekuasaan disipliner (*disciplinary power*) sebagaimana dijelaskan oleh Michel Foucault. Logo ini pada gilirannya berfungsi sebagai mekanisme normalisasi, pengawasan, dan pemeriksaan dalam sistem sertifikasi halal di Indonesia.

Pertama, logo ini menciptakan standar normatif yang menentukan produk mana yang dianggap "halal" dan layak dikonsumsi oleh masyarakat Muslim. Dari

perspektif Foucault, situasi ini adalah bagian dari normalisasi, yaitu ketika negara mendefinisikan mana yang sesuai dengan aturan agama dan mana yang tidak. Produk tanpa sertifikasi halal dari Kementerian Agama dapat dianggap produk non-halal dan pada gilirannya akan di jauhi oleh konsumen muslim, meskipun sebelumnya memiliki sertifikasi dari lembaga lain.

Selanjutnya, keberadaan logo ini memperkuat pengawasan hierarkis karena pemerintah memiliki otoritas untuk menentukan dan mengontrol sertifikasi halal secara *top-down*. Dengan kata lain, industri makanan dan minuman harus tunduk pada regulasi negara untuk mendapatkan pengakuan "halal resmi." Dalam hal ini, mekanisme pengawasan bekerja secara tercentralisasi, di mana sertifikasi tidak lagi bergantung pada lembaga independen, tetapi berada di bawah kontrol penuh negara.

Ketiga, sertifikasi halal yang ditandai dengan logo baru juga merupakan bentuk pemeriksaan (*examination*), karena setiap produk harus melalui serangkaian audit dan verifikasi sebelum mendapatkan pengesahan. Pemeriksaan ini tidak hanya menentukan status halal suatu produk, tetapi juga membangun arsip dan data yang memungkinkan pemerintah untuk mengklasifikasikan dan mengontrol industri makanan sesuai dengan norma yang ditetapkan.

Dalam perspektif Foucault, kekuasaan tidak selalu bersifat koersif, tetapi dapat bekerja secara halus melalui mekanisme administratif yang tampaknya netral. Logo halal Kementerian Agama, dengan segala regulasinya, adalah contoh bagaimana negara menggunakan kekuasaan disipliner untuk menciptakan subjek yang patuh, yaitu konsumen Muslim yang mengandalkan otoritas negara dalam menentukan kehalalan suatu produk. Ini menunjukkan bahwa kekuasaan modern tidak lagi bekerja melalui paksaan fisik, tetapi melalui regulasi, standar, dan pengawasan yang membentuk perilaku masyarakat secara tidak langsung.

"... power must be understood in the first instance as the multiplicity of force relations immanent in the sphere in which they operate and which constitute their own organization; as the process which, through ceaseless struggles and confrontations, transforms, strengthens, or reserves them; as the support which these force relations find in one another, thus forming a chain or a system, or on the contrary, the disjunctions and contradictions which isolate them from one another; and lastly, as the strategy in which they take effect, whose general design or institutional crystallization is embodied in the state apparatus, in the formulation of the law, in the various social hegemony." (Foucault, 1990: 92-93).

### 3. Tinjauan Identitas Kebudayaan

Konsep kunci yang dikemukakan oleh Amin Maalouf adalah identitas yang menguat dalam situasi krisis. Yang dimaksud oleh Maalouf dengan krisis adalah ancaman eksistensial atau potensial pada satu identitas yang dibawa seseorang atau sekelompok orang. Maalouf berangkat dari pengalaman empiriknya sebagai warga Lebanon yang terjebak perang saudara berkepanjangan di negaranya tersebut untuk menjelaskan konsep identitas yang ia maksudkan. Bagi Maalouf, setiap individu sejatinya memiliki gugus identitas dalam dirinya yang kemudian membentuk afiliasi antara individu tersebut dengan individu lainnya. Identitas seseorang tidak pernah bersifat tunggal, melainkan sebuah gugus atau kombinasi dari beragam konsep identitas.

Di dalam diri seseorang bisa terdapat beberapa identitas yang elementer seperti warna kulit, ras, agama, budaya, dialek bahasa, ataupun hal-hal non genetik seperti afiliasi politik, klub sepakbola, atau *idolatr*y. Kesemua hal itu tersusun rapi dalam satu entitas individu yang kemudian berinteraksi dengan individu lain untuk saling berbagi persamaan ataupun perbedaan.

Maalouf mencontohkan kasus di Lebanon ketika aspek perbedaan identitas yang hanya terletak pada perbedaan mazhab bisa berujung pada sebuah konflik bersenjata. Ia mencontohkan dua orang Lebanon yang berbagi begitu banyak persamaan identitas tetapi rela membunuh satu sama lain karena ada satu aspek identitas yang berbeda dan berada dalam situasi krisis. Ia contohkan dua orang Lebanon yang memiliki begitu banyak persamaan identitas yaitu sama-sama orang Arab, berbahasa Arab, beragama Islam, berwarga negara Lebanon, warga Beirut, dan sama-sama mendukung kemerdekaan Palestina. Ironisnya, keduanya harus saling membunuh karena ternyata ada satu aspek identitas yang membedakan mereka sedang berada dalam situasi krisis, yaitu mazhab. Satu orang bermazhab Sunni dan satunya lagi bermazhab Syiah.

Dengan perbedaan mazhab tersebut, sebetulnya keduanya selama ini menjalani hidup yang baik-baik saja sehingga identitas mazhab keduanya menjadi kabur. Namun, ketika terjadi persaingan politik antara kelompok Sunni dan Syiah di Lebanon, identitas mazhab menjadi lebih kuat daripada identitas lainnya. Mazhab menjadi alat pembeda yang utama untuk menentukan siapa kawan dan siapa lawan bagi setiap orang. Pada titik ini, mereka tidak lagi mengindahkan begitu banyaknya persamaan identitas yang mereka miliki. Situasi inilah yang disimpulkan oleh Maalouf sebagai identitas yang menguat dalam situasi krisis.

Dalam konteks penelitian ini, pemikiran Amin Maalouf digunakan untuk membedah adanya latar

krisis identitas di balik penciptaan desain logo halal Kementerian Agama. Dalam hipotesis yang dikemukakan pada bagian awal, krisis identitas di atas rivalitas kelompok nasionalis religius dan nasionalis sekuler. Latar rivalitas ini telah berlangsung cukup intens sejak pencalonan gubernur Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) di Jakarta, tahun 2018. Kubu nasionalis sekuler yang kemudian memenangi kontestasi politik di tingkat nasional mengisi pos Kementerian Agama yang kemudian melakukan beberapa perubahan termasuk di dalamnya menjadi otoritas penerbit sertifikasi halal di Indonesia.

Latar krisis bisa ditelusuri secara formal ketika Nahdhatul Ulama (NU) menyelenggarakan Mukhtamar di Jombang tahun 2015. Pada Mukhtamar tersebut, NU mengusung tema “Meneguhkan Islam Nusantara untuk Peradaban Indonesia dan Dunia” ([www.nu.or.id](http://www.nu.or.id), diakses 12 Januari 2025). Jika mengutip substansi sambutan para tokoh dalam Mukhtamar tersebut, tersirat dan tersurat sebuah kekhawatiran akan adanya arus arabisasi Islam di Indonesia yang dianggap memiliki potensi kerusakan seperti yang ditunjukkan pada banyaknya konflik di Timur Tengah. Secara akademis, Saiful Mustofa (2015: 431) mengatakan bahwa konsep Islam Nusantara dianggap sebagai cara untuk melabuhkan Islam dalam konteks keragaman budaya di Indonesia agar bisa menampilkan wajah Islam yang teduh dan ramah.

Pada kesempatan yang lain, beragam tokoh elit NU juga sering mengeluarkan pernyataan terkait apa yang dimaksud dengan Islam Nusantara. Salah satu yang paling banyak dikutip adalah penjelasan yang diberikan oleh Ketua Umum PBNU saat itu, Said Aqil Sirodji di *channel* Youtube NU. Ia mengatakan dengan jelas kalau tipologi Islam di Timur Tengah atau Arab itu berkarakter keras dan rentan memicu konflik. Hal tersebut ditunjukkan oleh banyaknya kelompok-kelompok teror yang mengatasnamakan Islam di dunia Arab. Jika arus Islamisasi dengan gaya Arab ini masif dan luas di Indonesia, maka hal tersebut akan mengancam toleransi dan keberagaman budaya di tengah masyarakat ([www.youtube.com/nutvid](http://www.youtube.com/nutvid), diakses 12 Januari 2025).

Dengan demikian, konsep Islam Nusantara adalah bentuk penegasan dan resistansi pada kesadaran kolektif atas krisis identitas yang sedang berlangsung. Di sisi lain, terjadi rivalitas politik praktis di tingkat nasional ketika calon gubernur DKI Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) berhadapan dengan kubu yang didukung oleh Rizieq Shihab dari Front Pembela Islam (FPI). Saat itu, Rizieq Shihab merupakan entitas pendakwah keturunan Arab yang kerap mengeluarkan kalimat-kalimat yang keras melalui ceramah-ceramahnya. Rizieq Shihab juga kerap diidentikkan dengan kelompok radikal karena memimpin FPI, sebuah ormas yang dikenal luas karena reputasi

mereka dalam melawan kemaksiatan. Pada situasi semacam ini, sangat bisa dimengerti apabila kelompok pengusung Islam Nusantara memilih untuk berkubu dengan Ahok yang sebenarnya diusung oleh kaum nasionalis sekuler. Meskipun pada akhirnya kalah di putaran Pilkada DKI, kubu nasionalis sekuler berhasil mempertahankan kekuasaan mereka di tingkat nasional melalui kemenangan Joko Widodo dalam Pemilu tahun 2019.

Selanjutnya Joko Widodo mengangkat Yaqut Cholil Qoumas sebagai Menteri Agama. Terpilihnya Yaqut Cholil Qoumas memperjelas *positioning* kelompok nasionalis sekuler sebagai kelompok yang berkuasa. Selain karena kedekatan hubungan kekerabatan dirinya dengan para petinggi NU, rekam jejaknya pun konsisten menunjukkan *positioning* tersebut. Sejak awal menjabat, banyak kontroversi terkait dengan kebijakan dan juga pernyataannya di depan publik. Yaqut Cholil Qoumas juga dipersepsikan sebagai tokoh yang ikut mendukung pengarusutamaan Islam Nusantara untuk membendung pengaruh gerakan Islam trans-nasional di Indonesia.

Rivalitas itulah yang diidentifikasi sebagai latar krisis identitas dalam pengertian Amin Maalouf. Kelompok Islam Nusantara memperkuat identitas mereka secara simbolik dan naratif ketika mereka merasa identitas mereka sedang menghadapi krisis atau ancaman dari luar. Kelompok pengusung Islam Nusantara mendapatkan kesempatan besar ketika kubu politik yang mereka dukung memenangi kontestasi pemilu di tingkat nasional. Kesempatan itulah yang menghasilkan kekuasaan disipliner untuk meneguhkan kembali konsepsi identitas Islam Nusantara dalam bentuk logo halal.

Berdasarkan pemaparan di atas, desain logo halal yang menampilkan unsur lokalitas budaya Jawa bisa dipahami sebagai bentuk pengukuhan simbolik atas identitas Islam Nusantara. Yang jadi permasalahan, logo ini digunakan secara nasional untuk seluruh umat Islam dari latar belakang suku yang berbeda-beda. Semestinya, desain logo halal bisa mengakomodasi nilai keberagaman budaya yang ada di Indonesia seperti semangat yang diusung oleh Islam Nusantara. Namun, alih-alih meneguhkan nilai Islam dalam konteks keberagaman, logo halal ini justru meninggalkan salah satu entitas kebudayaan saja

## KESIMPULAN

Dari sudut pandang keilmuan desain komunikasi visual, desain logo halal memiliki banyak permasalahan dasar seperti tidak adanya alasan yang kuat terkait perlunya mengganti logo yang lama

dengan logo yang baru.

Dari perspektif kebudayaan, logo halal yang baru menyiratkan adanya nilai Jawasentrisme yang tidak merepresentasikan keberagaman kultural yang ada di Indonesia. Simpulan ini diperkuat dengan adanya kebijakan pengarusutamaan Islam Nusantara yang dipelopori oleh sebagian kelompok Islam di Indonesia yang berkolaborasi dengan pemerintah yang sedang berkuasa.

Dari sudut pandang kekuasaan, desain logo halal menunjukkan beroperasinya kekuasaan disipliner yang digerakkan melalui kebijakan pemerintah secara *top down* dan didistribusikan secara masif dan terstruktur pada publik. Resistensi pada desain logo halal meluruh dengan sendirinya oleh waktu dan intensitas kerja kekuasaan disipliner yang pada akhirnya menormalisasi perubahan logo itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan teori kekuasaan disipliner yang digagas oleh Michel Foucault.

Terkait identitas, logo halal yang baru merupakan hasil dari krisis identitas yang terjadi dengan latar rivalitas kelompok nasionalis sekuler dan nasionalis religius di Indonesia. Kelompok nasionalis sekuler yang sedang berkuasa mendapatkan tantangan dari kelompok oposisi yang dipersepsikan sebagai kaum nasionalis religius. Pada titik ini, kelompok yang mengusung konsep Islam Nusantara menggunakan instrumen kekuasaan untuk menegaskan identitas yang ingin ditampilkan melalui penciptaan desain logo halal. Hal ini sesuai dengan konsep identitas dari Amin Maalouf yang menyebutkan bahwa identitas kerap menguat ketika berada pada situasi krisis.

## REFERENSI

- Alinda, R., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal, Dan Sikap Konsumen Untuk Kembali Membeli Produk Makanan Dan Minuman Kemasan. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 2(2), 153–168. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6298>
- Dewantara, A.W. (2016). Politik Menurut Foucault Dalam “The Archaeology Of Knowledge” Dan Relevansinya Bagi Multikulturalisme Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Katolik*, Vol. 15(8), :12-22. <https://doi.org/10.34150/jpak.v15i8.81>
- Mustofa, S. (2015). Meneguhkan Islam Nusantara Untuk Islam Berkemajuan: Melacak Akar Epistemologis dan Historis Islam (di) Nusantara. *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, Vol. 10(2): 405-434.

<https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/episode/view/187>

- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of The Prison*. New York: Vintage Books.
- (1990). *The History of Sexuality: An Introduction, Vol. 1*. New York: Vintage Books.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Putri, M.T., dkk. (2023). Analisis Semiotika Perbandingan antara Logo Halal MUI dengan Logo Halal Yang Baru. *Journal on Education*, Vol. 6(1): 7826-7834.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama.

Saussure, F. (2011). *Course in General Linguistics*. New York: Columbia University Press.

## PROFIL PENULIS

Wirawan Sukarwo adalah dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI dengan kepakaran pada bidang keilmuan humaniora

Faisal Akbar adalah dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI dengan kepakaran pada bidang keilmuan desain komunikasi visual

Abu Maskur adalah dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI dengan kepakaran pada bidang keilmuan Agama Islam