

Semiotika Visual Logo Brand Arsitektur Layanan Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat Sidoarjo

Aliv Fatima Latifah

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Aris Sutejo

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

Korespondensi penulis: 21052010056@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *In this study, the logos of the services of the Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) were analyzed using the semiotic theory by Roland Barthes. Through this analysis, the study shows how visual elements in the logo such as color, shape, and typography, interact to form meaning. The results of the analysis show that these logos not only function as the identity of the institution, but also as an effective visual communication tool. These logos communicate the mission, vision, and values of the institution to the public. This study also shows how a logo can influence public perception of a program or service provided by an institution. In addition to showing the importance of logo design in visual communication, this study provides new insights into how semiotics can be used to understand and analyze the logo of the service that Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) provides.*

Keywords: LAZDAU, Logo, Roland Barthes, Semiotic, Visual Communication.

Abstrak. Dalam penelitian ini, logo-logo dari layanan Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) dianalisis menggunakan teori semiotika oleh Roland Barthes. Melalui analisis ini, penelitian menunjukkan bagaimana elemen-elemen visual dalam logo seperti warna, bentuk, dan tipografi, berinteraksi untuk membentuk makna.

Hasil analisis menunjukkan bahwa logo-logo tersebut tidak hanya berfungsi sebagai identitas lembaga, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang efektif. Logo-logo tersebut mengomunikasikan misi, visi, dan nilai-nilai lembaga kepada publik. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana logo dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap sebuah program atau layanan yang disediakan sebuah lembaga. Selain menunjukkan pentingnya desain logo dalam komunikasi visual, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana semiotika dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis logo lembaga layanan Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU).

Kata kunci: Komunikasi Visual, LAZDAU, Logo, Roland Barthes, Semiotika.

LATAR BELAKANG

Logo adalah simbol atau ilustrasi yang memiliki peran sebagai identitas visual sebuah perusahaan. Logo dapat membentuk kesan visual yang mudah dikenali oleh orang-orang yang melihat. Logo juga dapat menarik perhatian audiens dengan perpaduan warna, ilustrasi, dan tulisan sehingga efektif sebagai citra diri dari perusahaan (Saputra, 2023). Logo merupakan salah satu aspek krusial dalam sebuah perusahaan atau komunitas. Dengan adanya logo yang menjadi identitas visual sebuah komunitas, Logo merupakan representasi visual yang penting bagi lembaga atau perusahaan. Logo dapat merepresentasikan identitas organisasi, visi misi,

etos kerja, budaya organisasi, dan representasi lainnya yang berkaitan dengan jati diri organisasi (Komara, 2019). Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat LAZ Dompot Amanah Umat (DAU) adalah salah satu lembaga pengelola zakat yang berizin dari Kementerian Agama. LAZDAU bergerak di bidang sosial dan dakwah, dengan visi menjadi lembaga milik umat yang mandiri dan diperuntukkan untuk kegiatan sosial secara transparan, amanah, dan profesional. Selain menjadi sebuah lembaga amil zakat, LAZDAU juga memiliki beberapa layanan dan program seperti Usaha Bunda Yatim Istiqomah (UBYS), Qurban, Dompot Kemanusiaan, Dompot Kesehatan Umat, Dompot Ekonomi Umat, Dompot Kepedulian Umat, Dompot Pendidikan Umat, Dompot Dakwah Umat, dan Jemput Zakat. Namun untuk saat ini, hanya beberapa yang memiliki identitas visual. Yakni Panti Asuhan Istiqomah, Ambulans DAU, UBYS, Qurban, dan Aqiqah Istiqomah. Dengan mempertimbangkan layout, tipografi, warna, dan ilustrasi dari beberapa logo tersebut, terpilih tiga diantaranya untuk diteliti lebih jauh. Yakni Ambulans DAU, Istiqomah Aqiqah, dan Panti Asuhan Istiqomah.

Disini peneliti melihat adanya peran dari ketiga logo di atas sebagai identitas dari layanan-layanan dari Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dan memahami bagaimana logo-logo tersebut dapat berfungsi sebagai sebuah identitas bagi sebuah brand. Dari bentuk ilustrasi, warna, layout, maupun tipografi pada logo-logo tersebut jika diamati dapat memiliki makna tersirat. Sebab itu, perlu dilakukan analisis lebih dalam terhadap logo-logo tersebut menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes sehingga nantinya peneliti dapat mengungkapkan apa makna-makna tersurat dan tersirat yang didapat dari pengamatan yang sudah dilakukan serta memberikan referensi bagi pembuatan logo-logo lain di kemudian hari.

KAJIAN TEORITIS

Barthes mengemukakan bahwa makna visual memiliki dua lapisan, yaitu lapisan denotasi dan lapisan konotasi. Lapisan denotasi berkaitan dengan makna literal dari sebuah gambar atau makna literal yang langsung terlihat dari apa yang ditampilkan (Pauwel, 2019). Denotasi menjelaskan makna yang ditangkap dari gambar visual diartikan tanpa menghubungkan dengan budaya, ideologi atau masyarakat. Pada tingkat signifikasi ini, Denotasi berurusan dengan tanda sebagai makna dasar yang tidak bergantung pada konteks dan interpretasi subjektif (Bouzida, 2014). Lapisan konotasi berkaitan dengan makna simbolik atau ideologis atau makna-makna yang mungkin ada dari sebuah gambar yang dipengaruhi oleh kode-kode budaya (Pauwel, 2019). Dapat dikatakan bahwa konotasi dibangun dari proses denotasi.

Dengan demikian, konotasi bagi Barthes adalah reproduksi pesan. Konotasi juga merupakan produk dari kemampuan untuk membaca makna yang tersirat (Bouzida, 2014).

Selain menjadi identitas visual, logo juga dapat mempengaruhi audiens terhadap cara mereka memandang sebuah perusahaan atau brand. Logo sendiri terbagi menjadi dua bagian, yakni logo yang berupa ilustrasi seperti ikon, simbol, dan visual disebut sebagai logogram. Sementara logo berupa huruf atau kata disebut dengan logotype. Tipografi adalah seni mengatur bahasa secara visual agar bentuk dan makna kata dapat menyampaikan pesan. Dalam konteks merek, jenis huruf dapat mencerminkan, walaupun secara tersirat, nilai-nilai yang dimiliki oleh entitas tersebut (Lelis, 2020). Setiap warna memiliki hubungan dengan perasaan dan karakteristik tertentu. Misalnya, hitam sering digunakan untuk menciptakan kesan elegan dan berkelas. Sementara warna cerah seperti kuning dan oranye biasa ditujukan untuk menarik konsumen muda. Dengan memilih warna yang tepat, perusahaan dapat mengkomunikasikan informasi tentang harga hingga kualitas produk mereka kepada konsumen (Bytyçi, 2020). Selain warna, layout adalah aspek yang fundamental dalam sebuah desain. Layout adalah jarak, ukuran, posisi, dan susunan elemen desain dalam area yang ditentukan yang pada akhirnya akan menjadi sebuah desain yang selesai (Palacio, 2012).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang mengorganisasikan, menyeleksi data, mencari dan menemukan pola, menemukan hal-hal penting, dan memutuskan apa yang akan diuraikan sehingga data dapat dikonsumsi oleh orang lain. Dimulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data secara observasi dan dokumentasi, penyederhanaan data, penyajian data dalam bentuk kalimat-kalimat secara naratif, hingga penarikan kesimpulan (Sutikno, 2020). Metode yang digunakan dalam analisis menggunakan metode sampling. Populasi dalam penelitian ini yakni logo-logo layanan LAZDAU yang telah tersedia. Populasi sendiri berarti keseluruhan objek atau subjek penelitian dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis (Roflin, 2021). Metode sampling merupakan pengambilan sampel yang berdasarkan penilaian, selektif atau subjektif. Metode ini bergantung pada penilaian peneliti dalam memilih unit yang akan diteliti (Firmansyah). Metode sampling yang digunakan sampling dengan pertimbangan. Pengambilan sampel *purposive* atau *judgemental* adalah metode dimana individu atau peristiwa tertentu dipilih secara khusus karena mereka dapat memberikan informasi berharga yang tidak bisa didapatkan dari pilihan lain (Firmansyah, 2022).

Populasi penelitian merupakan logo-logo layanan LAZDAU. Sementara sampel merupakan 3 logo layanan Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) yang dianalisis dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode yang digunakan dalam penelitian semiotika berupa metode yang interpretatif. Dimana peneliti mengamati sebuah objek penelitian dan mengumpulkan data dari tanda-tanda yang nantinya akan dipahami dan dimaknai dan ditafsirkan oleh pengamat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Panti Asuhan Istiqomah

Panti Asuhan istiqomah merupakan sebuah layanan di LAZDAU yang berupaya untuk memberdayakan anak yatim dan dhuafa. Dengan memberikan pendidikan dan bekal agama, panti asuhan ini bertempat di Jalan Raya Pulungan, Sedati, Pepe, Sidoarjo. Panti Asuhan ini telah memiliki beberapa video mengenai program panti yang dapat dilihat di channel *youtube* Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU). Logo panti terlihat seperti gambar di bawah.



Keterangan: Logo program Ambulans DAU.

Sumber: Arsip Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (2023)

1. Deskripsi Visual Panti Asuhan Istiqomah

Terdapat ilustrasi rumah dengan dengan garis meliuk tepat di bagian bawah. Logogram berada di dalam bingkai merah. Kata Istiqomah ditulis dengan warna hijau, berada di atas kalimat Panti Asuhan Yatim Dhuafa yang ditulis dengan huruf kapital berwarna hitam. Terdapat coretan merah di atas huruf i pada kata Istiqomah.

2. Deskripsi Verbal Panti Asuhan Istiqomah

Terdapat kata Istiqomah dan Panti Asuhan Yatim Dhuafa pada *logotype*.

Tabel 1. Denotasi dan Konotasi Pantu Asuhan Istiqomah

Denotasi	Konotasi
<p>Ilustrasi : a. Ilustrasi rumah berwarna merah di atas garis lengkung b. Rumah diletakkan di atas garis lengkung</p> <p>Warna : a. Merah kerap dikaitkan dengan warna yang agresif, kemarahan, cinta, hingga konflik b. Warna hijau dikaitkan dengan kesuburan, islami,</p> <p>Tipografi : a.. Pantu asuhan menggunakan kata Istiqomah sebagai ciri khas. Istiqomah berarti berdiri lurus, tegak, atau konsisten b. Warna hitam dalam kalimat Pantu Asuhan Yatim Dhuafa yang digunakan dapat berarti kekuatan, formalitas, dan keseriusan</p>	<p>Ilustrasi : a. Visual rumah yang diletakkan di atas garis lekukan merah bersatu membentuk huruf i sebagai perwakilan atau inisial dari kata Istiqomah. Visual rumah juga lambang tempat tinggal atau mengayomi anak-anak pantu asuhan</p> <p>Warna : a. Warna merah pada merupakan warna yang melambangkan rasa cinta atau rasa kasih sayang yang diberikan kepada anak-anak asuhan pantu</p> <p>Tipografi : a. Istiqomah dalam konteks pantu ini dapat diartikan sebagai pantu asuhan yang selalu menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin dalam mendidik dan mengayomi anak asuhan b. Warna hitam yang digunakan berarti keseriusan pantu untuk merawat anak-anak binaan</p>

Warna yang hijau dan merah yang digunakan merupakan warna *complementary*. Warna hijau yang cenderung dingin digunakan sebagai warna dominan dan merah digunakan sebagai warna aksen. Penggunaan warna ini menarik mata audiens ke bagian spesifik pada logo (Kimmons, 2020). Warna merah memiliki kesan sebagai warna dengan unsur emosional yang kuat (Adawiyah, 2021). Meskipun warna merah kerap diartikan warna yang berkonotasi seperti penaklukkan, kemarahan, kekejaman, dan kesadisan (Dafrina, 2022), makna merah dalam logo ini berarti cinta. Dalam konteks ini, warna merah pada ilustrasi rumah dan garis berlekuk mencerminkan cinta. Warna hijau yang digunakan dalam logo berarti islami. Warna hijau telah disebutkan dalam Qur'an membahas bagaimana pakaian dan bantal di akhirat nanti. Warna hijau juga disebutkan dalam Qur'an lambang kesuburan, tanaman, dan kebahagiaan akhirat (Razali, 2019). Oleh karena itu, hijau dalam logo ini dimaknai sebagai pembekalan agama bagi anak-anak asuhan yang nantinya akan menuntun mereka ke kehidupan akhirat yang baik. Logo Pantu Asuhan Istiqomah menggunakan garis lengkung sebagai salah satu bagian dari logo. Garis yang berbentuk melengkung dapat memberikan kesan keanggunan dan halus. Sebagai contoh, garis yang menyerupai huruf "s" sering kali memberikan kesan yang lembut dan halus (Soraya, 2018).



Layout yang digunakan dalam logo berupa asimetris. Dimana adanya ketidakseimbangan antara bagian kanan dan kiri logo. Ketidakseimbangan visual dalam dapat meningkatkan perasaan antusiasme dan mempengaruhi bagaimana orang memandang kejujuran, kemampuan, dan kekuatan sebuah brand (Luffareli, 2019).

Ambulans Dompot Amanah Umat (DAU)

Ambulans Dompot Amanah Umat (DAU) merupakan sebuah program penyedia jasa ambulans yang dapat dihubungi 24 jam. Logo di bawah merupakan logo untuk poster *powerpoint* Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) sebagai lembar promosi program Ambulans DAU.

1. Deskripsi Visual Ambulans Dompot Amanah Umat (DAU)

Terdapat ilustrasi ambulans dengan garis-garis horizontal di bagian belakang. *Logogram* dan *logotype* menggunakan warna abu-abu.

2. Deskripsi Verbal Ambulans Dompot Amanah Umat (DAU)

Terdapat kata “program” yang ditulis dengan huruf kapital dengan ukuran *font* yang lebih kecil dibandingkan kata “ambulance” yang juga ditulis dengan huruf kapital. Kata “ambulance” diletakkan pada bagian bawah kata “program”.



Ambulans DAU

Denotasi	Konotasi
<p>Ilustasi : a. Gambar ambulans dengan garis-garis horizontal di belakang ambulans berarti ambulans sedang bergerak</p> <p>Warna : a. Warna ambulans menggunakan warna abu-abu yang kerap memiliki arti kestabilan, keseriusan, dan profesionalisme</p>	<p>Ilustrasi : a. Garis-garis diartikan sebagai tanda bahwa ambulans sedang berjalan dengan cepat. Bermakna siap siaga berangkat dengan cepat ke lokasi</p> <p>Warna : a. Warna abu-abu dalam logo digunakan sebagai warna yang mengekspresikan profesionalisme</p>

<p>Tipografi : c. Tulisan program dibuat lebih kecil dari kata ambulans. Semua huruf ditulis dengan huruf kapital</p>	<p>Tipografi : c. Keduanya menggunakan huruf kapital. Kata AMBULANS ditulis kapital seperti tulisan bagian depan ambulans pada umumnya. Kata program ditulis lebih kecil sebagai upaya menangkap fokus audiens</p>
--	---

Warna abu-abu telah banyak digunakan oleh berbagai perusahaan ternama seperti Apple, Mercedes-Benz, dan Adobe. Abu-abu sendiri dapat diartikan sebagai warna dengan makna profesionalisme. Warna abu-abu dapat dimaknai sebagai lambang kestabilan, keseriusan, dan tanggung jawab (Delilah, 2021). Hal ini sesuai dengan program ambulans DAU yang perlu melibatkan profesionalisme dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.

3. Istiqomah Aqiqah

Istiqomah Aqiqah merupakan layanan penyedia jasa aqiqah dengan pengolahan masakan yang terjamin dan terpercaya dengan harga yang terjangkau dan bersaing. Aqiqah sendiri merupakan suatu kebudayaan dan kepercayaan umat islam. Aqiqah sendiri ialah hewan sembelihan yang diperuntukkan untuk anak yang baru lahir. Kata aqiqah berasal dari bahasa arab yang berarti rambut yang tumbuh pada kepala bayi sejak dalam perut hingga lahir. Dari makna syar'i, aqiqah memiliki arti berqurban atau penyembelihan. Hewan yang disembelih berupa kambing. 2 ekor kambing untuk anak lelaki dan 1 ekor kambing untuk anak perempuan (Irawan, 2021).

1. Deskripsi Visual Istiqomah Aqiqah

Warna dominan yang digunakan berwarna ungu dengan aksent berwarna krem. Terdapat lengkungan menyerupai huruf C yang dirotasi kurang lebih 90 derajat ke arah kiri. Di atasnya terdapat dua garis lengkung mengapit tiga lingkaran dengan ukuran yang berbeda.

2. Deskripsi Verbal Panti Istiqomah Aqiqah

Terdapat kata Istiqomah ditulis dengan huruf kapital. Ditulis dengan *font* Graviola dengan sedikit modifikasi.



Denotasi	Konotasi
<p>Ilustasi :</p> <p>a. Ilustrasi garis lengkung di bawah jika disandingkan dengan tiga lingkaran dan garis meliuk tampak seperti piring dan makanan berasap yang lezat</p> <p>b. Ilustrasi garis meliuk di kanan dan kiri digabungkan dengan dua lingkaran merupakan perlambangan orang tua. Sementara lingkaran kecil di tengah merupakan anak bayi</p> <p>c. Tiga lingkaran merupakan ciri khas LAZDAU</p> <p>Warna :</p> <p>a. Warna ungu kerap dimaknai sebagai spiritual, bangsawan, kekuasaan, keagungan, keindahan, kelembutan, dan keseriusan (Kusumodewi, 2022).</p> <p>b. Warna krem yang digunakan dapat dimaknai sebagai warna yang menggambarkan ketenangan, kenyamanan dan fleksibilitas (Panggiring, 2023)</p> <p>Tipografi :</p> <p>a. Tulisan Istiqomah ditulis dengan huruf kapital dengan font Graviola dengan modifikasi. Istiqomah berarti konsisten, setia melakukan hal baik, lurus</p>	<p>Ilustasi :</p> <p>a. Ilustrasi piring dengan menu dapat diartikan sebagai kualitas hidangan yang disajikan segar dan sedap.</p> <p>b. Ilustrasi ibu, ayah, dan anak diartikan bahwa layanan aqiqah ini mementingkan kepuasan pelanggan yakni para ayah dan ibu yang telah memiliki buah hati</p> <p>c. Dengan ciri khas LAZDAU yakni tiga lingkaran, menandakan bahwa Istiqomah Aqiqah merupakan sebuah layanan dari LAZDAU</p> <p>Warna :</p> <p>a. Warna ungu di sini melambangkan keseriusan layanan aqiqah dalam menjaga kualitas makanan yang disajikan dan kepuasan pelanggan</p> <p>b. Warna krem dalam logo memberikan ketenangan bagi pelanggan karena pelanggan dapat mempercayai Istiqomah Aqiqah</p> <p>Tipografi :</p> <p>a. Font yang digunakan disesuaikan dengan tipografi yang sering digunakan untuk komponen islami. Ini berarti bahwa Istiqomah Aqiqah memiliki prinsip islami. Istiqomah dalam konteks ini berarti konsisten dalam menjaga kualitas</p>

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengamatan menunjukkan bagaimana elemen-elemen visual dalam logo, seperti warna, ilustrasi, dan tipografi, berinteraksi untuk membentuk sebuah makna. Logo-logo tersebut tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga memiliki makna tersirat yang sesuai dengan layanan yang disediakan. Panti Asuhan Istiqomah mengkomunikasikan misinya untuk merawat anak binaan dengan ilustrasi rumah, logo Istiqomah Aqiqah menyiratkan bahwa kualitas hidangan yang disajikan baik, dan logo Ambulans DAU menyiratkan bahwa ambulans selalu siap siaga. Dengan adanya makna-makna tersebut, logo layanan dapat meningkatkan potensi impresi positif dari audiens. Selain menunjukkan pentingnya desain logo dalam komunikasi visual, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana semiotika dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis logo layanan LAZDAU.

DAFTAR REFERENSI

- Saputra, W. A., & Hasmawati, F. (2023). Analisis Semiotika Pada Desain Logo Penerbit Cahaya_Publisher. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 569-577.
- Derizis, M., & Komara, E. (2020). Makna Logo Rumah Zakat (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Makna Logo Rumah Zakat). *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 1(1), 24-34.
- Pauwels, L., & Mannay, D. (Eds.). (2019). *The SAGE handbook of visual research methods*. Sage.
- Bouzida, F. (2014, September). The semiology analysis in media studies: Roland Barthes Approach. In *International conference on social sciences and humanities* (Vol. 8, No. 10).
- Fatoni, A., & Jupriani, J. (2023). Representasi Budaya Indonesia Dalam Logo G20 Indonesia 2023. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 2(2), 256-267.
- Lelis, C., Leिताo, S., Mealha, O., & Dunning, B. (2022). Typography: the constant vector of dynamic logos. *Visual Communication*, 21(1), 146-170.
- Bytyçi, S. (2020). Influence of colors as a key element in consumer marketing. *Expert journal of marketing*.
- Palacio, B. G., & Vit, A. (2011). *Graphic design, referenced: a visual guide to the language, applications, and history of graphic design*. Rockport Publishers.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Kimmons, R. (2020). *Color theory in experience design*.
- Al Adawiyah, R. **MAKNA PENGGUNAAN WARNA MERAH PADA LOGO RESTORAN CEPAT SAJI**.
- Soraya, I., & Nasir, I. M. (2019). Perancangan Logo Inilah. Com Dalam Membangun Image Sebagai Portal Media Aktual. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2), 105-111.
- Luffarelli, J., Stamatogiannakis, A., & Yang, H. (2019). The visual asymmetry effect: An interplay of logo design and brand personality on brand equity. *Journal of marketing research*, 56(1), 89-103.
- Delilah, G. G. A., Ramdania, D. R., & Busro, B. (2021). Representasi Gambar Hijrah Milenial di Media Online: Analisis Wacana Kritis Multimodal dan Gender: The Representation of Millennial Hijrah Image in Online Media: Gender and Multimodal Critical Discourse Analysis. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1), 213-243.
- Irawan, A. D. (2021). *Risalah Aqiqah*.
- Kusumodewi, P. T., & Kristiana, N. (2022). INTERPRETASI WARNA UNGU PADA SERI SKIN MOBILE LEGENDS BANG BANG TAHUN 2019. *BARIK*, 4(1), 133-147.

- Dafrina, A., Fidyati, F., Abadi, F., & Lisa, N. P. (2022). Kajian Makna Ornamen Dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang Di Desa Kemili, Aceh Tengah). *Arsitekno*, 9(1), 1-13.
- Panggiring, A. P., & Purnamasari, O. (2023). MAKNA SAMPUL ALBUM “MISTERIA” GRUP MUSIK GOODNIGHT ELECTRIC (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 1-6.
- Mohamed Razali, N. (2019). Warna Hijau Menurut Perspektif Al-Quran: Satu Analisis Awal. *Journal of Ma alim Al-Qur an Wa Al-Sunnah*.
- Sutikno, M. S., & Hadisaputra, P. (2020). Penelitian Kualitatif. Lombok: Holistica