
BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

MAKNA LOGO RUMAH ZAKAT (STUDI KUALITATIF DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES MENGENAI MAKNA LOGO RUMAH ZAKAT)

Muhammad Derizis
Universitas Sangga Buana
muhammadderizis@gmail.com

Erwan Komara
Universitas Sangga Buana
erwan.komara@usbykp.ac.id

Abstract

The main problem in this research is the presence of several symbols on a logo which contain meanings. The purpose of this study is to find out the meaning of the logo denotation, the meaning of the logo connotation, and the signs that cause the mythic meaning of the Rumah Zakat logo. This study uses a qualitative research method with a semiotics approach. The theory of mythology and semiology used is the theory of mythology and semiology of Roland Barthes. The theory of mythology and semiology of Roland Barthes are two stages of significance, namely the first order consisting of denotative and connotative meanings, while the second order examines myths.

Keywords: Meanings, Logo, Rumah Zakat

Abstrak

Pokok permasalahan pada penelitian ini yaitu terdapatnya beberapa simbol pada sebuah logo yang di dalamnya mengandung makna-makna. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui makna denotasi logo, makna konotasi logo, dan tanda-tanda yang menyebabkan adanya makna mitos pada logo Rumah Zakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika. Teori mitologi dan semiologi yang digunakan adalah teori mitologi dan semiologi Roland Barthes. Teori mitologi dan semiologi Roland Barthes signifikansi dua tahapnya yaitu pada tatanan pertama yang terdiri dari makna denotatif dan makna konotatif, sedang tatanan kedua mengkaji mengenai mitos. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya makna denotatif, makna konotatif, serta makna mitos pada logo Rumah Zakat.

Kata kunci: Makna, Logo, Rumah Zakat

**BUANA
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi
Ilmu Komunikasi
Volume 01
Nomor 01
Halaman 24-34
Bandung, Juni 2020

p-ISSN : xxxx - xxxx
e-ISSN : xxxx - xxxx

Tanggal Masuk :
26 Nopember 2019
Tanggal Revisi :
19 Desember 2019
Tanggal Diterima :
24 Desember 2019

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman pada era modern saat ini membuat perusahaan, lembaga ataupun instansi pemerintahan dituntut untuk selalu mampu menghadirkan *image* positif terhadap konsumen atau publiknya. Langkah awal yang dilakukan dan pada umumnya diterapkan oleh perusahaan, instansi maupun lembaga pemerintahan agar konsumen memberikan *image* positif adalah dengan cara menghadirkan logo yang dapat merepresentasikan organisasi itu sendiri. Baik merepresentasikan identitas organisasi, visi misi, etos kerja, budaya organisasi maupun representasi lainnya yang berkaitan dengan jati diri organisasi. Identitas bagi instansi atau perusahaan memang sangatlah penting, seperti apa yang disampaikan Elvinaro Ardianto (2016), dalam bukunya *Handbook Of Public Relations*. Bagi sebuah perusahaan, logo dianggap sangat penting karena menjadi langkah awal dalam usaha mempromosikan perusahaannya. Tak hanya penting bagi perusahaan, keberadaan logo juga penting bagi lembaga-lembaga non komersil. Meskipun tidak mencari keuntungan, lembaga non komersil juga perlu mempertahankan jati dirinya ditengah-tengah masyarakat, agar tetap selalu dapat menjaga eksistensi dan mampu memberikan kebermanfaatan kepada masyarakat. Salah satu lembaga non komersil yang saat ini dapat dibidang memiliki pengaruh terhadap masyarakat, terutama masyarakat Indonesia adalah lembaga filantropi. Mengutip dari *Wikipedia.org* filantropi adalah tindakan seseorang yang mencintai sesama manusia serta nilai kemanusiaan, sehingga menyumbangkan waktu, uang, dan tenaganya untuk menolong orang lain. Istilah ini umumnya diberikan pada orang-orang yang memberikan banyak dana untuk amal. Biasanya, filantropi seorang kaya raya yang sering menyumbang untuk kaum miskin. Lembaga filantropi meskipun bergerak tanpa mencari keuntungan, namun memiliki peran yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Salah satu lembaga filantropi yang saat ini selalu konsisten memberikan kebermanfaatan kepada masyarakat adalah Rumah Zakat. Berdasarkan banyaknya tanda yang terdapat pada logo Rumah Zakat, peneliti mencoba memfokuskan penelitian untuk meneliti makna logo Rumah Zakat dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika oleh Roland Barthes. Teori semiotika Roland Barthes yang dipilih untuk digunakan pada penelitian ini karena dianggap paling sesuai dibandingkan dengan teori semiotika yang telah dikemukakan oleh para ahli lainnya. Roland Barthes menyatakan bahwa semiotika/semiologi adalah tujuan untuk mengambil berbagai sistem tanda seperti substansi dan batasan, gambar-gambar, berbagai macam *gesture*, berbagai suara musik, serta berbagai obyek, yang menyatu dalam *system of significance*. Semiotika/semiologi sendiri pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia memahami hal-hal yang ada di lingkungannya. Apabila dihubungkan dengan logo, semiotika mempelajari tentang fungsi gambar. Bagaimana khalayak dapat memaknai pesan yang terdapat di dalam sebuah logo.

LITERATUR

Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama,” *communico*, *communication*, atau *communicare* yang

berarti “membuat sama” (*to make common*). Maksud sama disini diasumsikan sebagai makna.

Komunikasi diartikan sebagai proses pemaknaan yang sama dari dua orang ketika melakukan percakapan. Namun ketika pesan yang disampaikan tidak mampu dimaknai dan tidak dapat membuat lawan bicara menjadi paham berarti komunikasi tidak terjadi.

Nurudin dalam bukunya Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer mengatakan bahwa :

Seseorang bisa dikatakan berkomunikasi jika ada pesan yang disebarkan pada pihak lain. Tentu saja, pesan itu harus bisa memahamkan orang lain atas pesan yang disebarkan. Jika pesan yang disebarkan tidak memahamkan berarti tidak terjadi komunikasi sebagaimana tujuan komunikasi yang berarti ada kegagalan komunikasi. (2016:8)

Pada dasarnya kegiatan komunikasi tidak hanya bersifat informatif melainkan proses pemaknaan dimana orang lain bersedia menerima pemahaman yang kita sampaikan, lalu setelahnya melakukan kegiatan ataupun perbuatan yang sesuai dengan apa yang telah dipahaminya.

Komunikasi Nonverbal

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter dalam (Mulyana, 2015:343)

Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain.

Seperti diketahui definisi komunikasi telah banyak dikemukakan oleh para ahli. Pada intinya setiap komunikasi yang berlangsung terdapat pesan yang di dalamnya terkandung makna-makna, baik secara verbal atau kata-kata maupun secara nonverbal berupa isyarat yang tidak menggunakan kata-kata.

Simbol

Secara etimologis, simbol (*symbol*) berasal dari kata Yunani “*sym-ballein*” yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. Ada pula yang menyebutkan “*symbolos*”, yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang. Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (*metonymy*), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya (misalnya *Si kaca* mata untuk seseorang yang berkaca mata) dan metafora (*metaphor*), yaitu pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan (misalnya *kaki gunung*, *kaki meja*, berdasarkan kias pada *kaki manusia*) (Sobur, 2009: 155)

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. (Mulyana, 2015: 92)

Logo

Di dalam logo terdapat beberapa komponen-komponen yang penuh dengan makna yang tak bisa sembarangan hanya dibuat begitu saja. Begitu banyak tahap yang dilewati sebelum logo benar-benar menjadi identitas sebuah organisasi, perusahaan, maupun lembaga. Bagi orang awam dalam mendesain sebuah logo bukanlah perkara yang mudah, karena diperlukan sejumlah tahapan pekerjaan dan pengetahuan antara lain: Riset dan analisa brand, Menentukan *strategi komunikasi dan visual* sesuai dengan karakter brand, pengetahuan yang mendalam tentang proses pembuatan simbol yaitu *karakteristik bentuk, tipografi, pengetahuan tentang gestalt, dan kecenderungan optis* mata manusia, *karakteristik warna*, paham akan penerapan di *media, pengetahuan bidang percetakan*.

Proses pembuatan logo terlihat begitu mudah, namun pada kenyataannya sangat begitu kompleks karena logo dituntut dapat mampu merepresentasikan identitas organisasi atau perusahaan yang profesional, kredibel dan berkualitas.

Asal kata logo dari bahasa Yunani logos yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah logotype, bukan logo. (Rustan, 2009:11)

Semiologi dan Mitologi Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan stukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Bertens (2001:208) menyebutnya sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an. (Sobur, 2009:63)

Denotasi

Denotasi adalah hubungan yang digunakan didalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting didalam ujaran (Lyons, dalam Pateda, 2001: 98). Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah *petanda* (Berger, 2005b: 55) dalam Sobur, 2009: 263.

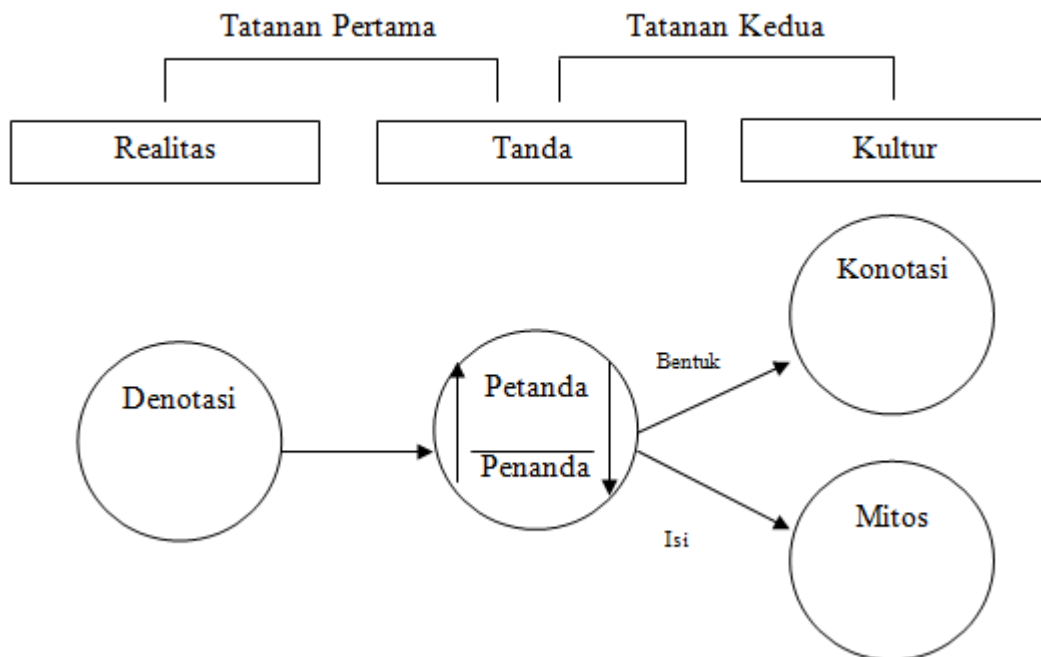
Konotasi

Konotasi atau *makna konotatif* disebut juga *makna kontasional, makna emotif, atau makna evaluatif* (Keraf, 1994: 29) dalam Sobur, 2009: 266. *Makna Konotatif*, seperti sudah disinggung, adalah suatu jenis makna di mana stimulus dan respons mengandung nilai-nilai emosional. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak pendengar; di pihak lain, kata yang dipilih itu memperlihatkan bahwa pembicara juga memendam perasaan yang sama.

Mitos

Cara kedua dari tiga cara Barthes mengenai bekerjanya tanda dalam tatanan kedua adalah melalui *mitos*. Mitos adalah cerita yang digunakan suatu kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam. Bagi Barthes, mitos merupakan cara berpikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu. Barthes memikirkan mitos sebagai mata rantai dari konsep-konsep terkait. (Fiske, 2011: 121)


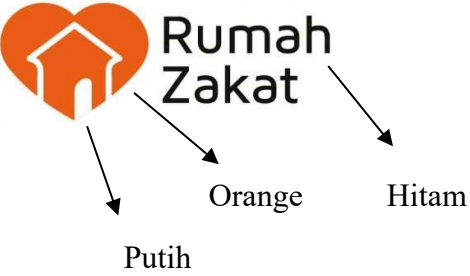


HASIL DAN PEMBAHASAN




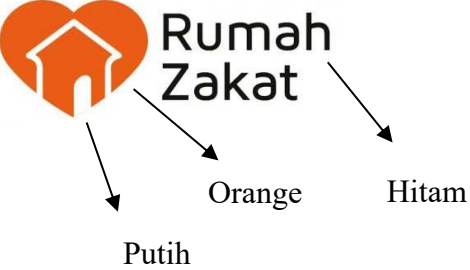


Sumber: (Fiske, 1990:122) dalam Mulyono, 2013:125

Gambar 1. Dua Tatanan Pertandaan Barthes

Tabel 1. Pemaknaan Denotasi

| Denotasi | |
|---|---|
| Penanda (Signifer) | Petanda (Signified) |
| <p>Logo Rumah Zakat</p>  <p>Maven Pro Medium</p> | <p>Logo yang bertuliskan “Rumah Zakat” merupakan bentuk penguatan identitas logo agar semakin dapat mudah diingat oleh masyarakat bahwa Rumah Zakat merupakan lembaga filantropi nasional yang fokus untuk memberdayakan masyarakat. Tulisan “Rumah Zakat” yang ada pada logo menggunakan jenis huruf Maven Pro Medium</p> |
| <p>Warna Orange, Putih dan Hitam</p>  <p>Putih Orange Hitam</p> | <p>Pada logo Rumah Zakat terdapat tiga warna komponen warna di dalamnya, yaitu orange, putih, dan hitam. Orange seperti warna buah jeruk. Lalu putih warna polos yang terlihat bersih, dan hitam warna yang terlihat lebih tegas serta warna yang mudah untuk dipadukan dengan warna lain, terutama dengan warna yang terlihat lebih cerah.</p> |
| <p>Bentuk Hati/Love</p>  | <p>Gambar berbentuk hati pada logo Rumah Zakat identik digunakan untuk menyatakan rasa cinta serta kasih sayang kepada orang lain.</p> |
| <p>Bentuk Rumah</p>  | <p>Gambar berbentuk rumah merupakan penegasan bahwa ciri khas dari lembaga filantropi ini adalah rumah untuk orang-orang yang ingin menipkan zakat, infaq, sedekah dan bentuk donasi lainnya.</p> |

Tabel 2 : Pemaknaan Konotasi

| Konotasi | |
|---|--|
| Penanda (Signifer) | Petanda (Signified) |
| <p>Logo Rumah Zakat</p>  <p>Maven Pro Medium</p> | <p>Logo yang menggunakan tulisan “Rumah Zakat” menggunakan jenis huruf <i>Maven Pro Medium</i>. Font ini dipilih agar dapat memunculkan kesan modern, artistik, elegan serta luwes.</p> |
| <p>Warna Orange, Putih dan Hitam</p>  <p>Orange Hitam Putih</p> | <p>Warna orange memberi kesan hangat dan bersemangat. Warna ini merupakan simbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Sementara warna putih yang merupakan warna latar atau <i>background</i> pada elemen berbentuk rumah melambangkan kemurnian serta berkesan minimalis dan terlihat lebih modern. Lalu warna hitam yang kadarnya tidak sampai 100% atau tidak terlalu pekat melambangkan kesan elegan pada logo Rumah Zakat, karena penggunaan warna hitam pada logo Rumah Zakat hanya diterapkan pada bagian huruf yang bertuliskan “Rumah Zakat”</p> |
| <p>Bentuk Hati/Love</p>  | <p>Hati menggambarkan kasih sayang, rasa cinta serta kebahagiaan. Hal ini memberi kesan bahwa Rumah Zakat akan selalu berusaha untuk selalu menebar kebahagiaan kepada masyarakat penerima manfaat. Serta selalu memberi pelayanan dengan sepenuh hati baik kepada donatur maupun kepada masyarakat.</p> |
| <p>Bentuk Rumah</p>  | <p>Rumah merupakan tempat seluruh anggota keluarga berdiam dan melakukan aktivitas yang menjadi rutinitas sehari-hari. Rumah bisa menjadi sumber kedamaian, sumber inspirasi, dan sumber energi bagi pemiliknya. Hal ini memberi kesan bahwa Rumah Zakat merupakan tempat atau wadah bagi masyarakat yang ingin menitipkan zakat, infaq, sedekah serta donasi lainnya. Dan Rumah Zakat juga sekaligus menjadi wadah yang akan menyalurkan donasi yang telah dititipkan kepada masyarakat yang berhak menerimanya.</p> |

Makna Mitos

Secara visual pada logo Rumah Zakat terdapat beberapa elemen, yang pertama bentuk hati berwarna orange, bentuk rumah berwarna putih, dan tulisan “Rumah Zakat” yang berwarna hitam. Dan terdapat beberapa pemaknaan mitos pada beberapa elemen tersebut.

Simbol Hati Sebagai Lambang Cinta dan Kasih Sayang

Simbol hati adalah simbol yang sejak lama digunakan untuk menunjukkan spiritualitas, emosi, moral, dan pada masa lalu, juga sebagai pusat kecerdasan manusia. Meskipun dalam bahasa Indonesia hati (simbolis) memiliki nama yang sama dan sering diasosiasikan dengan hati (biologis) atau liver, tetapi sebenarnya bentuk simbol hati ini menurut sebagian besar pendapat berasal dari bentuk jantung, dan di dunia barat (tempat simbol ini berasal), emosi disimbolkan berasal dari jantung alih-alih di hati seperti di Indonesia. Simbol hati sangat sering digunakan untuk mewakili perasaan cinta. *Wikipedia.org*

Pada kenyataannya simbol hati memang tidak terlihat seperti hati pada organ tubuh manusia, justru lebih mirip dengan bentuk jantung manusia. Mengenai tentang seperti apa awal mula mengapa bentuk hati dilambangkan sebagai rasa cinta dan kasih sayang semuanya berasal dari sebuah kebudayaan barat, yaitu di eropa. Seiring berjalannya waktu bentuk hati yang berasal dari cerita dikalangan masyarakat eropa, saat ini sudah sangat lumrah diartikan oleh hampir seluruh masyarakat dari berbagai penjuru dunia sebagai simbol untuk menyatakan rasa cinta dan kasih sayang.

Seperti halnya Rumah Zakat yang menggunakan bentuk hati pada logonya merupakan bentuk representasi dari lembaga filantropi ini yang ingin memberikan pelayanan dengan ketulusan hati kepada masyarakat, baik masyarakat yang menjadi donatur, ataupun masyarakat yang menjadi penerima manfaat dari Rumah Zakat. Selain menerapkan filosofi bahwa simbol hati penuh dengan rasa kasih sayang kepada pihak eksternal, Rumah Zakat juga menerapkannya pada lingkup internalnya dengan saling berbaurnya antar karyawan sehingga menimbulkan rasa penuh kekeluargaan diantaranya.

Bentuk Rumah dilambangkan Sebagai Wadah Untuk Saling Berbagi Kebahagiaan

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Rumah memiliki arti sebagai bangunan untuk tempat tinggal. Rumah adalah sebuah bangunan yang mempunyai fungsi sebagai tempat tinggal dan berkumpul suatu keluarga. Rumah merupakan tempat seluruh anggota keluarga berdiam dan melakukan aktivitas yang menjadi rutinitas sehari-hari. Rumah bisa menjadi sumber kedamaian, inspirasi, dan energi bagi pemiliknya. (*republika.co.id*)

Sebagai tempat tinggal, dikalangan masyarakat Indonesia rumah tak terlepas dari mitos-mitos yang sebagian orang mempercayainya karena merupakan kepercayaan turun temurun dari para leluhur, namun ada juga yang sampai saat ini mempertanyakan kebenarannya. Namun pada logo Rumah Zakat sendiri mengapa menggunakan elemen berbentuk rumah pada logonya, karena dikalangan masyarakat tak jarang kita mendengar bahwa rumah adalah tempat ternyaman untuk dijadikan tempat tinggal, terlepas dari terlihat megah rumah tersebut atau lebih terlihat sederhana, yang terpenting adalah para penghuni rumah merasakan kebahagiaan di dalamnya. Keyakinan yang beredar di masyarakat inilah yang membuat Rumah Zakat ingin menjadikan lembaga ini tidak hanya sekedar menjalankan

tugas dan fungsinya sebagai lembaga filantropi nasional, tetapi lebih dari itu. Dengan menghadirkan bentuk rumah pada logonya yang jika dilihat secara detail sudut-sudut dari rumah tersebut terlihat tidak begitu runcing. Mengapa demikian? Karena Rumah Zakat ingin menjadi sebuah wadah atau tempat yang di dalamnya diisi orang-orang yang memiliki ide serta kepedulian yang tinggi kepada masyarakat untuk bisa saling berbagi kebahagiaan diantara masyarakat dengan cara masyarakat yang memiliki kemampuan dari segi ekonomi dapat menitipkan sebagian hartanya di Rumah Zakat, agar masyarakat lain yang sedang membutuhkan merasa terbantu dengan adanya Rumah Zakat, yang selain menghimpun donasi yang masuk, juga menjadi wadah dalam menyalurkan donasi yang telah diterima kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan.

Lalu jika diperhatikan secara detail, di dalam bentuk rumah yang terdapat pada logo Rumah Zakat terdapat pula pintu yang ditempatkan di bagian kanan, maksudnya adalah Rumah Zakat berpedoman kepada sunnah yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW bahwa segala sesuatu itu lebih dimulai dari kanan. Selain itu pintu juga melambangkan bahwa Rumah Zakat membuka pintu selebar-lebarnya bagi masyarakat yang ingin berdonasi melalui Rumah Zakat, dan juga membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin menjadi relawan Rumah Zakat.

Tulisan “Rumah Zakat”

Penempatan tulisan “Rumah Zakat” merupakan bentuk penguatan identitas sekaligus branding dari Rumah Zakat itu sendiri, selain menempatkan beberapa elemen simbol pada logonya. Pemilihan jenis font pada tulisan Rumah Zakat telah melalui beberapa tahap, seperti melalui riset, perencanaan, menyesuaikan dengan visi misi hingga akhirnya disepakati bersama. Dengan adanya tulisan “Rumah Zakat” pada logo Rumah Zakat menegaskan bahwa lembaga ini merupakan wadah atau tempat bagi masyarakat yang ingin menitipkan zakat, infaq, sedekah serta bentuk donasi lainnya, dan sekaligus sebagai wadah yang akan mengelola serta menyalurkan donasi-donasi yang telah diterima kepada masyarakat yang membutuhkan.

KESIMPULAN

Makna denotasi dari logo Rumah Zakat merupakan representasi dari Rumah Zakat yang merupakan lembaga filantropi atau lembaga yang bergerak dibidang sosial yang merupakan wadah bagi masyarakat yang akan berdonasi, sekaligus wadah yang mengelola dan menyalurkan donasi yang telah dihimpun kepada masyarakat yang membutuhkan. Serta mengedepankan pelayanan dengan ketulusan hati. Hal ini terlihat dari logo yang di dalamnya terdapat beberapa simbol seperti bentuk hati yang berwarna orange, bentuk rumah dengan warna latar putih, dan tulisan “Rumah Zakat” yang berwarna hitam.

Makna konotasi yang terdapat pada logo Rumah Zakat adalah logo yang bertuliskan “Rumah Zakat” menggunakan font bernama Maven Pro Medium. Jenis font ini dipilih agar menampilkan kesan modern, minimalis, serta terlihat lebih luwes. Warna orange merupakan simbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi, serta memberi kesan hangat dan bersemangat. Warna putih atau warna latar memberi kesan minimalis serta filosofinya yang terlihat lebih bersih dan mudah

dipadupadankan dengan warna lain. Sedangkan warna hitam yang tidak terlalu pekat menambah kesan elegan pada logo. Bentuk hati melambangkan ketulusan sepenuh hati yang diberikan Rumah Zakat kepada masyarakat, agar selalu menjadi lembaga sosial yang mampu menebar kebahagiaan kepada seluruh masyarakat. Bentuk rumah yang menggambarkan bahwa lembaga ini adalah rumah atau tempat bagi masyarakat yang berniat untuk menitipkan zakat, infaq, sedekah serta bentuk donasi lainnya, sekaligus pula sebagai media perantara untuk mengelola serta menyalurkan donasi yang telah diterima.

Makna Mitos yang terkandung pada logo Rumah Zakat:

Simbol hati adalah simbol yang sejak lama digunakan untuk menunjukkan spiritualitas, emosi, moral, dan pada masa lalu, juga sebagai pusat kecerdasan manusia. Meskipun dalam bahasa Indonesia hati (simbolis) memiliki nama yang sama dan sering diasosiasikan dengan hati (biologis) atau liver, tetapi sebenarnya bentuk simbol hati ini menurut sebagian besar pendapat berasal dari bentuk jantung, dan di dunia barat (tempat simbol ini berasal), emosi disimbolkan berasal dari jantung alih-alih di hati seperti di Indonesia. Simbol hati sangat sering digunakan untuk mewakili perasaan cinta.

Rumah memiliki arti sebagai bangunan untuk tempat tinggal. Rumah adalah sebuah bangunan yang mempunyai fungsi sebagai tempat tinggal dan berkumpul suatu keluarga. Rumah merupakan tempat seluruh anggota keluarga berdiam dan melakukan aktivitas yang menjadi rutinitas sehari-hari. Rumah bisa menjadi sumber kedamaian, inspirasi, dan energi bagi pemiliknya.

Tulisan Rumah Zakat merupakan dua kata yang terdiri dari 'Rumah' dan 'Zakat'. Mitos rumah yaitu seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya merupakan tempat yang menjadi sumber kedamaian, inspirasi dan energi bagi pemiliknya. Sedangkan zakat merupakan kewajiban bagi seorang muslim untuk mengeluarkan sebagian hartanya dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya. Jadi zakat merupakan kewajiban yang dipercayai masyarakat yang beragama islam sejak dahulu, karena perintah zakat merupakan ibadah yang diwajibkan oleh Allah SWT dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro (2016). *Handbook of Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Fiske, John (2011). *Cultural and Communication studies*. Yogyakarta : Jalasutra
- Mulyana, Deddy (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cetakan kelimabelas) Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Depok : Rajawali Pers
- Rustan, Rustianto (2009), *Mendesain Logo*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sobur, Alex (2009). *Semiotika Komunikasi* (Cetakan keempat) Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Mulyono, T. T. (2013), *Analisis Semiotika Mengenai Makna Slogan dan Logo Bandung TV*. Skripsi S1 pada FISIP Universitas Sangga Buana YPKP Bandung : tidak dipublikasikan

Jagokata.com. (2019). Arti Kata Luwes Menurut KBBI. Diambil dari: <https://jagokata.com/arti-kata/luwes.html> (Akses 17 Juli 2019)

Kholid Syahmhudi Lc. (2014). Faidah Hadits Keutamaan Mendahulukan Sebelah Kanan. Diambil dari: <https://muslim.or.id/23382-faidah-hadits-keutamaan-mendahulukan-sebelah-kanan.html>. (Akses 8 Juli 2019)

Wikipedia.(2019). Hati (Simbol). Diambil dari: [https://id.wikipedia.org/wiki/Hati_\(simbol\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Hati_(simbol)). (Akses 8 Juli 2019)