

---

JURNAL RUPA VOL 08 NO 2 2023

DOI address: <https://doi.org/10.25124/rupa.v8i2.5737>

# Analisis Visual pada Konten Instagram Halal Corner

Shabrina Fitria Az Zahra<sup>1\*</sup>, Ira Wirasari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

## Abstract

The halal lifestyle is a trend that is currently developing in Indonesia, but due to Muslims' not having enough awareness concerning the application of Islamic syariat to their daily lives, there are still Muslim communities that do not practice a halal lifestyle. As therefore, a halal lifestyle campaign is still necessary. Halal Corner is a group that promotes a halal way of life by using Instagram social media and sharing educational materials about it. This study tries to describe how Halal Corner content is evaluated from a fine arts perspective. In this study, a descriptive-qualitative methodology is used to give a visual analysis of the content of Halal Corner using an aesthetics-based perspective. Applying observation of previously published content, data collection

## Keywords

Halal Lifestyle, Halal Corner, Instagram, Art Appreciation

**Shabrina Fitria Az Zahra**

Email :  
*inazahra@student.telkomuniversity.  
ac.id*

Address  
*Program Studi Magister Desain,  
Fakultas Industri Kreatif, Universitas  
Telkom*

# Analisis Visual pada Konten Instagram Halal Corner

Shabrina Fitria Az Zahra, Ira Wirasari

## PENDAHULUAN

Gaya hidup halal merupakan tren gaya hidup yang tengah berkembang di Indonesia karena banyak masyarakat muslim Indonesia yang mulai menjalankan gaya hidup halal. Berdasarkan hasil *Global Islamic Economy Report 2020/2021*, Indonesia menempati urutan keempat dalam pertumbuhan ekonomi Islam di dunia karena peningkatan gaya hidup Halal di Indonesia [1]. Indonesia juga merupakan negara di Asia Tenggara yang memperoleh total konsumsi gaya hidup sektor halal tertinggi yaitu sebesar 203.2 juta dolar AS [2].

Gaya hidup halal adalah tindakan seseorang berlandaskan dengan ajaran agama Islam yang dilakukan secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, dan berkeadilan. Menerapkan gaya hidup halal menjadi kewajiban bagi setiap muslim karena mengkonsumsi sesuatu yang halal merupakan syarat agar ibadah dan doa diterima oleh Allah SWT [3]. Gaya hidup halal wajib dilakukan setiap muslim karena gaya hidup halal merupakan bentuk praktik ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari. Menurut *Muslim Judicial Halaal Trust* [4] kampanye yang dilakukan komunitas dan tokoh publik telah membantu perkembangan penerapan gaya hidup halal di Indonesia karena kampanye yang dilakukan telah membuat masyarakat paham mengenai pentingnya gaya hidup halal dan ikut mempraktikkan gaya hidup halal pada kesehariannya.

Meskipun praktik gaya hidup Halal semakin meningkat, namun masih banyak muslim yang tidak mempraktikkan gaya hidup Halal, menurut *Global Islamic Economic Report 2019/2020*, Indonesia berada di urutan kelima dalam pertumbuhan industri Halal karena kurangnya kesadaran muslim tentang penggunaan produk yang jelas status halalannya. Hal ini sangat disayangkan mengingat Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia [5]. Oleh karena itu, kampanye gaya hidup halal harus dilaksanakan bahkan hingga saat ini karena masyarakat muslim belum memiliki kesadaran tentang penerapan gaya hidup halal.

Salah satu organisasi yang mengkampanyekan gaya hidup halal adalah Halal Corner dengan menggunakan Instagram. Akun Instagram Halal Corner berisi tentang pengetahuan dan informasi mengenai gaya hidup halal seperti produk halal, dan artikel mengenai pengetahuan Islam lainnya. Informasi gaya hidup halal yang diberikan Halal Corner berupa pengetahuan tentang hukum halal haram dan informasi gaya hidup halal berdasarkan isu terkini. Tujuan Halal Corner mengkampanyekan gaya hidup halal adalah agar masyarakat muslim memahami mengenai pentingnya gaya hidup halal dan ikut menerapkannya pada kehidupan sehari-hari.

Gaya hidup halal adalah gaya hidup yang mempraktikkan hukum halal haram dalam kehidupan sehari-hari, menurut Adinugraha dan Sartika menerapkan gaya hidup halal adalah kebiasaan selektif sebelum menentukan untuk menggunakan produk dan layanan yang diperbolehkan dan tidak bertentangan dalam syariat Islam pada kehidupan sehari-harinya [6]. Setiap muslim percaya bahwa mempraktikkan gaya hidup halal merupakan kewajiban yang dapat bermanfaat kepada kesehatan dan membawa berkah dalam kehidupan [7]. Gaya hidup halal menjadi alternatif gaya hidup bagi muslim karena status kehalalan merupakan jaminan dan perlindungan kepada konsumen terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsi yaitu karena mengutamakan standar dan kualitas yang baik, dan bebas dari sesuatu yang buruk [8]. Penerapan gaya hidup halal berfokus pada pemilihan produk atau jasa yang jelas status kehalalannya. Penetapan status kehalalan di Indonesia dilakukan oleh lembaga yang bawenang yaitu MUI (Majelis Ulama Indonesia), BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), dan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) yang menerbitkan sertifikat Halal dan logo Halal yang menjamin kedudukan kualitas produk atau layanan [9].

Informasi pada media sosial memberikan pengaruh yang signifikan kepada masyarakat karena dampak informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat merubah pola pikir manusia [10]. Kemudahan media sosial sebagai sarana komunikasi menjadikan media sosial dimanfaatkan oleh organisasi untuk melakukan kegiatan kampanye gerakan sosial. Menurut Sampurno media sosial menjadi media kampanye yang efektif karena memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens dari berbagai kalangan dan dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat [11].

Poster konten Instagram merupakan wujud dari karya visual yang merupakan bentuk seni rupa terapan karena seni rupa terapan adalah bentuk karya seni yang memiliki nilai estetis dan mempunyai nilai fungsional [12], dan konten Instagram merupakan seni rupa terapan karena memiliki fungsi sebagai media komunikasi dan informasi serta nilai seni dari tampilan visual konten. Cara untuk memahami sebuah karya seni adalah dengan mengapresiasinya yaitu upaya untuk mengerti keseluruhan karya seni untuk meningkatkan kepekaan terhadap nilai-nilai estetis sehingga dapat menyukai dan menilai karya seni tersebut dengan semestinya. Adapun unsur-unsur pembentuk karya seni rupa adalah titik, garis, bidang, bentuk, warna, tekstur, ruang, dan cahaya. Aspek dalam mempertimbangkan penilaian sebuah karya seni adalah aspek ide atau gagasan, aspek penguasaan bahan, aspek kegunaan, aspek wujud, aspek gaya atau corak, aspek kreativitas, aspek tempat, aspek selera dan agama [13].

Semiotika merupakan studi yang mengkaji tentang tanda. Terdapat kemungkinan terbentuknya makna dari sebuah teks yang dihasilkan oleh rangkaian tanda dan aturan yang mendasarinya, karena hubungan penanda dan petanda tidak terbuat secara alamiah namun terbuat dari konvensi, sehingga pada dasarnya penanda dapat memberikan peluang adanya petanda atau yang disebut juga sebagai makna. Semiotika berfungsi sebagai paradigma dalam membaca desain dalam wujud bahasa yang terdiri dari tanda, pesan yang disampaikan, aturan kode yang mengatur, dan subjek bahasa (audiens, pembaca, pengguna). Oleh karena itu penggunaan semiotika dalam desain didasari oleh desain memiliki berbagai aspek mulai dari fungsional, teknis, produksi ekonomis, komunikasi dan informasi [14]. Berdasarkan hal tersebut sebuah konten Instagram yang merupakan karya visual dapat direpresentasikan menggunakan semiotika karena sebuah konten Instagram merupakan wujud desain sehingga konten Instagram dapat memiliki berbagai penafsiran makna pesan di dalamnya.

Tujuan penelitian ini adalah menjabarkan analisis visual dari sebuah karya visual berupa salah satu konten Instagram akun Halal Corner menggunakan perspektif seni rupa dengan mempertimbangkan aspek kreativitas dan aspek kegunaan agar menjadi rekomendasi untuk perkembangan akun Halal Corner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Halal Corner



**Gambar 1.** Logo Halal Corner

Halal Corner merupakan NGO, media berita, dan konsultan gaya hidup halal yang memberikan informasi tentang pengetahuan dan berita terbaru seputar gaya hidup halal untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar menerapkan gaya hidup sesuai dengan ajaran Islam di Indonesia. Halal Corner memanfaatkan berbagai media digital untuk memberikan informasi gaya hidup halal salah satunya adalah Instagram yang memiliki 246.000 pengikut, dan jumlah konten Instagram yang diunggah sebanyak 2.683 pada 23 Oktober 2022. Konten Instagram Halal Corner berisi pesan informasi seputar wawasan gaya hidup halal dan ilmu pengetahuan agama Islam lainnya dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di Instagram. Konten Halal Corner terus dikembangkan agar dapat menjadi rujukan informasi gaya hidup halal dengan memberikan konten yang berdasarkan dengan permasalahan yang sedang terjadi diantara masyarakat. Informasi yang ada dalam konten Halal Corner merupakan hasil riset mendalam yang diolah dengan bahasa yang ringan dan desain yang menarik agar dipahami dengan baik oleh masyarakat muslim. Halal Corner memiliki tiga kategori tema utama pada konten yaitu,

1. Edukasi Halal Haram,  
Tema ini berisi tentang pengetahuan seputar ilmu halal dan haram di berbagai aspek kehidupan
2. Ilmu Islam  
Tema ini berisi tentang pengetahuan Islam selain ilmu halal dan haram

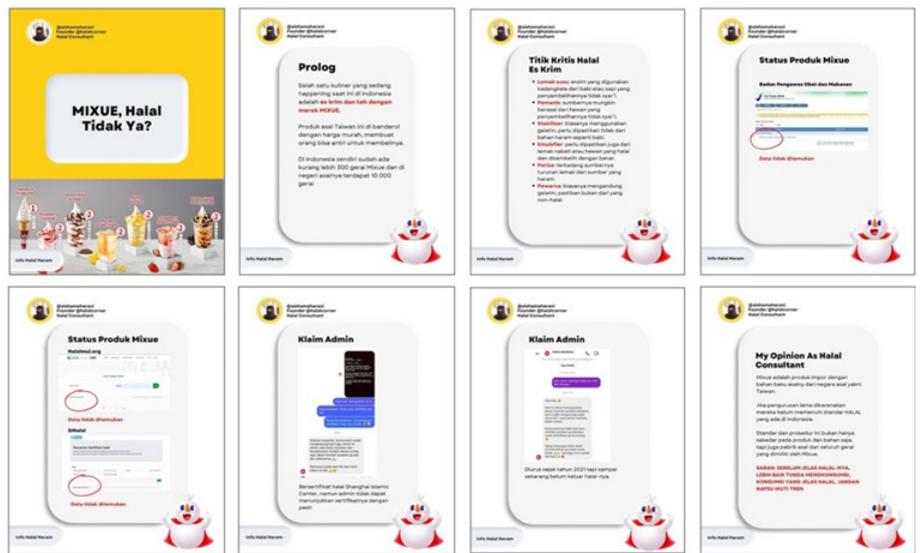
3. Kegiatan Halal Corner  
Tema ini berisi tentang kegiatan yang dijalankan oleh komunitas Halal Corner



Gambar 2. Tampilan Bio Akun Instagram Halal Corner

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif. Menurut Creswell metode kualitatif deskriptif biasa dipakai untuk meneliti proses pemaknaan, interpretasi dari sebuah kalimat dan gambar [15], dan dalam penelitian ini akan meneliti tampilan visual konten Instagram Halal Corner yang berupa poster. Data sampel pada penelitian berupa konten Halal Corner yang telah diunduh sebelumnya ditentukan berdasarkan perolehan like terbanyak pada tahun 2022 yang akan dianalisis menggunakan analisis visual. Analisis visual merupakan analisis yang digunakan untuk memaparkan dan menafsirkan sebuah karya visual. Menurut Edmund Felman analisis visual terdiri 4 tahapan dasar yaitu deskripsi, analisis, interpretasi, dan penilaian [16]. Analisis visual akan menggunakan teori apresiasi seni rupa dengan mempertimbangkan aspek kreativitas dan aspek kegunaan pada konten Instagram Halal Corner dan pendekatan teori semiotika untuk mengetahui makna dari konten Instagram Halal Corner. Berikut adalah konten Halal Corner yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini.



Gambar 3. Sampel Konten

Tabel 1. Keterangan Sampel Konten

Sumber: Dokumen Pribadi

<b>Tema</b>	Edukasi Halal Haram
<b>Judul Konten</b>	MIXUE, Halal Tidak Ya?
<b>Tanggal</b>	22 Juli 2022
<b>Jumlah Like</b>	89.783
<b>Jenis Konten</b>	Slide Poster
<b>Fitur Instagram</b>	Feed, Instagram Collaboration
<b>Sumber</b>	https://www.instagram.com/p/CgTofkzrVOf/

## HASIL OBSERVASI DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini akan melakukan analisis visual menggunakan apresiasi seni rupa berdasarkan pertimbangan aspek kreativitas dan aspek kegunaan serta pendekatan semiotika untuk mendeskripsikan makna dari konten Instagram Halal Corner agar mengetahui karakteristik pesan kampanye gaya hidup halal yang telah dilakukan. Analisis Visual dilakukan terhadap salah satu konten Halal Corner yang diunggah pada tanggal 22 Juli 2022 dengan judul “MIXUE Halal Tidak Ya?” sebagai berikut,

### 1. Deskripsi

Sampel konten merupakan *slide poster* yaitu terdiri dari delapan poster yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu judul, isi, dan kesimpulan. Konten berisi penjelasan status kehalalan toko MIXUE yaitu *brand* asal Taiwan yang menjual berbagai produk olahan es krim dan minuman yang viral dan diminati oleh masyarakat Indonesia namun belum memiliki sertifikasi halal. *Caption* menguatkan penjelasan isi pesan pada poster konten. Konten merupakan kolaborasi bersama Aisha Maharani selaku *founder* Halal Corner

Pesan konten diawali dengan masalah yang melatar belakangi dibuatnya konten ini yaitu isu yang sedang hangat diperbincangkan dan selanjutnya isi penjelasan hingga kesimpulan. Kalimat pesan menggunakan kalimat langsung dalam memaparkan status kehalalan MIXUE, namun penjelasan yang terlalu mendetail dan tidak langsung kepada intinya dapat menimbulkan kebosanan pada audiens.

### 2. Analisis

Pada sampel konten terdapat unsur-unsur seni rupa yang terdiri dari bentuk, warna, cahaya dan ruang. Berikut adalah analisis unsur-unsur seni rupa pada poster sampel konten,

**Tabel 2.** Analisis Konten Bagian Pertama

**Sumber:** Dokumen Pribadi

Bagian Konten	Judul Konten	Isi Latar Belakang Konten	Isi Pesan Konten	Isi Pesan Konten
<b>Unsur Seni Rupa</b>				
<b>Bentuk</b>	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval, dan bentuk lingkaran
<b>Warna</b>	Background kuning, bentuk putih, tulisan hitam, warna lain terdapat pada foto menu MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam dan merah, warna lain terdapat pada maskot MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam dan merah, warna lain terdapat pada maskot MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam dan merah, warna lain terdapat pada maskot MIXUE, foto tangkapan layar dan foto Aisha Maharani
<b>Cahaya</b>	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.

<b>Ruang</b>	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval adanya kedalaman pada bentuk persegi dan bentuk oval terkesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.
--------------	--	---	---	---

**Tabel 3.** Analisis Konten Bagian Kedua

**Sumber:** Dokumen Pribadi

<b>Unsur Seni Rupa</b>				
<b>Bagian Konten</b>	Isi Pesan Konten	Isi Pesan Konten	Isi Pesan Konten	Isi Kesimpulan Konten
<b>Bentuk</b>	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval, dan bentuk lingkaran	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval	Bentuk persegi tidak bersudut, dan bentuk oval
<b>Warna</b>	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam dan merah, warna lain terdapat pada maskot MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam, warna lain terdapat pada maskot MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam, warna lain terdapat pada maskot MIXUE dan foto Aisha Maharani	Background putih, bentuk putih, tulisan hitam dan merah, warna lain terdapat pada maskot MIXUE, foto tangkapan layar dan foto Aisha Maharani
<b>Cahaya</b>	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.	Cahaya terletak pada penggunaan warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan adanya bayangan.
<b>Ruang</b>	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.	Warna yang lebih gelap pada pinggir bentuk persegi tidak bersudut dan pinggir bentuk oval memberikan kesan timbul yang terlihat seperti bentuk diletakkan di depan.



**Gambar 4.** Analisis Desain Konten Poster Halal Corner

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa keseluruhan tampilan poster menggunakan gaya desain yang sama yaitu gaya *flat design* karena menggunakan desain sederhana dengan tidak menggunakan banyak ornamen dekorasi. *Flat design* adalah bentuk desain yang datar karena sedikitnya penggunaan elemen dekorasi yang memiliki kesan minimalis, bersih, dan jelas dengan penggunaan bentuk dan elemen yang sederhana, penggunaan warna yang solid yang tidak banyak macamnya, penggunaan tulisan Sans-serif atau tulisan yang tidak memiliki kait sehingga mudah dibaca dan terkesan modern, dan tata letak yang bersih dengan tidak banyaknya elemen dekorasi [17]. Keseluruhan konten poster memberikan penekanan pada tulisan dibandingkan dengan objek visual lainnya. Objek visual terdiri dari bentuk, foto daftar menu minuman MIXUE, maskot MIXUE, gambar tangkapan layar, dan foto pembuat konten.



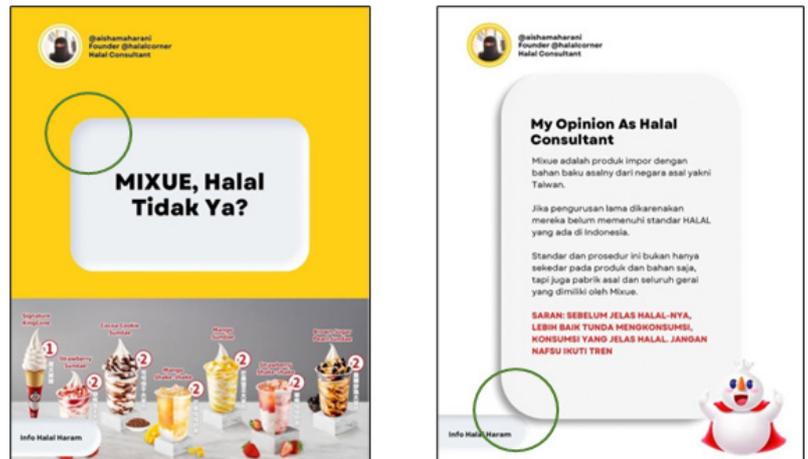
**Gambar 5.** Unsur Bentuk pada Konten Poster

Unsur bentuk pada setiap poster pada sampel konten adalah persegi dengan sudut tumpul berfungsi sebagai tempat untuk meletakkan dan dijadikan sebagai elemen dekorasi yang menjadi daya tarik dalam tampilan visual konten. Hampir semua poster sampel konten memiliki penggunaan unsur bentuk yang sama yaitu untuk meletakkan tulisan isi pesan pada bentuk persegi tidak bersudut dan meletakkan tulisan tema dari topik pembahasan, dan juga terdapat bentuk lingkaran pada foto pembuat konten. Sementara itu pada poster bagian judul bentuk persegi tidak bersudut berfungsi untuk meletakkan tulisan judul konten.



**Gambar 6.** Unsur Warna Dominan Pada Konten Poster

Unsur warna yang digunakan pada poster sampel konten sebagian besar adalah warna yang sama. Penggunaan warna yang sama pada sebagian besar sampel konten mengindikasikan adanya kesatuan karena kesamaan tema dari setiap poster yang menandakan bahwa setiap poster menjelaskan topik pembahasan yang sama. Klasifikasi warna-warna utama yang digunakan dalam sampel konten adalah warna primer yaitu warna dasar yang bukan merupakan campuran dari warna lain dan warna hitam dan putih yang merupakan warna netral [12]. Warna primer terdiri dari warna kuning sebagai warna latar pada slide judul dan warna merah pada tulisan yang penting dan garis pinggir bentuk lingkaran yang menandakan hal yang penting dalam konten. Warna netral terdiri dari warna putih sebagai latar pada slide isi dan kesimpulan, dan warna hitam sebagai warna pada tulisan judul dan isi pesan konten. Warna lainnya terdapat pada foto, ilustrasi maskot, dan gambar tangkapan layar.



Gambar 7. Kesan Cahaya pada Konten Poster

Pada setiap tampilan poster sampel konten terlihat adanya kesan cahaya dan ruang yang terbentuk dari penggunaan terang gelap warna pada garis pinggir bentuk. Pada konten bagian judul penggunaan warna yang lebih gelap menjadi pecahayaannya membuat sebuah bayangan sehingga memberikan kesan adanya kedalaman pada bentuk persegi tanpa sudut dan adanya kesan timbul pada bentuk oval. Sedangkan pada setiap konten bagian isi penggunaan warna yang lebih gelap menjadi pecahayaannya membuat sebuah bayangan sehingga memberikan kesan timbul pada bentuk persegi tanpa sudut dan bentuk oval.

### 3. Interpretasi

Pesan kampanye dalam konten yang menjelaskan makna halal melalui contoh kasus mengenai status kehalalan kedai MIXUE asal Taiwan yang sedang ramai diperbincangkan dengan menjelaskan titik kritis dari bahan produk yang perlu dicurigai status kehalalannya. Konten memberikan edukasi terkait gaya hidup halal melalui sebuah informasi dari isu permasalahan yang terjadi dengan memberikan penjelasan titik kritis sebuah kehalalan produk es krim dan ajakan untuk masyarakat muslim untuk mencari tahu lebih dahulu status halal sebuah produk sebelum mengkonsumsinya tidak hanya mengikuti tren.

Pasalnya Indonesia adalah negara dengan penduduk mayoritas muslim tentu sudah terbiasa dengan mengonsumsi makanan yang halal karena untuk mendapatkan makanan halal di Indonesia sangatlah mudah, sementara itu semua bahan dasar pada produk MIXUE diimpor langsung dari Taiwan negara dengan mayoritas penduduk non muslim yang banyak mengonsumsi makanan yang tidak halal. Oleh karena itu kampanye gaya hidup halal dilakukan oleh Halal Corner melalui konten Instagram yang berisikan pesan untuk masyarakat muslim agar waspada dan memilih untuk tidak mengonsumsi produk luar negeri sebelum jelas status kehalalannya.

### 4. Penilaian

Desain poster sampel konten menggunakan desain yang sederhana dan simpel dengan penekanan pada tulisan membuat audiens fokus pada isi pesan. Sementara itu sebagian besar elemen visual difungsikan sebagai dekorasi agar konten menjadi lebih menarik dan sebagai penggambaran topik yang dibahas, adapun beberapa gambar tangkapan layar berfungsi untuk memperjelas isi pesan namun gambar tersebut tetap menampilkan isi pesan melalui tulisan.

Sampel konten Halal Corner berupa poster menyajikan pesan yang padat dengan pemaparan informasi status kehalalan MIXUE membuat konten dapat digunakan sebagai media rujukan informasi terkait status kehalalan suatu produk. Pesan dalam konten bersifat rasional, hal ini dapat dilihat dari penjelasan pesan konten, dan pesan kampanye gaya hidup halal terletak pada pesan ajakan untuk lebih selektif memilih produk yang jelas status kehalalannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa aspek kreativitas pada konten Halal Corner terletak pada pemilihan media untuk mengkampanyekan gaya hidup halal melalui poster konten Instagram. Pengelolaan kampanye gaya hidup halal yang dilakukan oleh Halal Corner melalui proses kreatif untuk mengolah sebuah materi kampanye menjadi konten poster dengan menggunakan desain sehingga pesan kampanye ditampilkan menjadi lebih menarik. Desain yang digunakan oleh Halal Corner adalah *flat design* dengan sedikit ornamen dekorasi dan menekankan pada tulisan, dan penggunaan objek visual pada konten digunakan sebagai ornamen dekorasi dan menjadi penggambaran dari topik pembahasan yaitu kedai MIXUE. Penggunaan sedikit ornamen dekorasi dilakukan agar audiens fokus kepada isi pesan namun tampilan ini dapat membuat audiens menjadi bosan dan tidak tertarik untuk melanjutkan membaca isi pesan sehingga berpengaruh kepada pemahaman audiens.

Berdasarkan pada aspek kegunaan seni digunakan dalam konten Instagram Halal Corner untuk menambah daya tarik dari poster konten dan tidak memiliki fungsi yang dapat membantu audiens untuk membaca isi pesan dalam konten. Konten berisi pesan kampanye gaya hidup halal berupa edukasi kepada masyarakat muslim melalui informasi dari permasalahan yang sedang ramai diperbincangkan, dan inti dari pesan kampanye konten Halal Corner adalah memberikan pesan ajakan kepada masyarakat muslim untuk mencari terlebih dahulu status kehalalan suatu produk terutama produk yang berasal dari luar negeri dengan penduduk mayoritas non muslim sebelum mengkonsumsinya dengan memberikan informasi melalui penjelasan status kehalalan suatu produk yang berdasarkan pada ketetapan halal yang berlaku di Indonesia dan bagaimana sebagai masyarakat muslim harus bersikap dengan masalah yang terjadi.

Penelitian ini menganalisis kampanye gaya hidup halal yang dilakukan oleh Instagram Halal Corner dengan menggunakan pendekatan apresiasi seni rupa untuk memaparkan aspek kreativitas dan aspek kegunaan pada karya seni rupa terapan berupa salah satu konten Instagram Halal Corner. Limitasi yang ada pada penelitian adalah analisis hanya berfokus pada analisis satu konten yang telah diunggah sebelumnya sedangkan terdapat konten Halal Corner terbaru yang diunggah setiap harinya oleh Halal Corner. Keterbatasan penelitian ini juga terdapat pada penilaian *engagement* yang hanya berfokus pada jumlah *like* saja. Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan analisis yang lebih dalam lagi mengenai apresiasi seni rupa dalam sebuah kampanye agar masyarakat paham dengan aspek kreativitas dan aspek kegunaan dalam kampanye gaya hidup halal melalui media sosial Instagram dengan mempertimbangkan konten terbaru dan tingkat *engagement* berdasarkan aspek lainnya selain jumlah *like*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Mursid, Fauziah. Indonesia Naik ke Peringkat 4 Global Islamic Economy. *ihram.com*, <https://ihram.com.id/berita/qk52z9430/indonesia-naik-ke-peringkat-4-global-islamic-economy> (2020, accessed 6 December 2023).
- [2]. Safitri, Kiki, & Jatmiko, Bambang P. Pengeluaran untuk Gaya Hidup Halal di Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara. *money.kompas.com*, <https://money.kompas.com/read/2020/12/02/133020626/pengeluaran-untuk-gaya-hidup-halal-di-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara?page=all> (2020, accessed 6 December 2023).
- [3]. Agus, Panji Adam. 2017. KEDUDUKAN SERTIFIKASI HALAL DALAM SISTEM HUKUM NASIONAL SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HUKUM ISLAM. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*; 1: 150–165.
- [4]. Afriyansyah, Budi, & Kusmiadi, Riwan. MENGKAMPANYEKAN HALAL LIFESTYLE BAGI MAHASISWA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*; 4. Epub ahead of print 15 August 2018. DOI: 10.33019/jpu.v4i2.168.
- [5]. Burhani, Haris, Aziz, Awaludin, Didid, Haryadi, et al. Sudahkan Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal? 2020. Jakarta: Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.

- [6]. Adinugraha, Hendri Hermawan, & Sartika, Mila. 2019. HALAL LIFESTYLE DI INDONESIA. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah; 6: 57–81.
- [7]. Saputro, JDH, Wilujeng, IP & Pratikto, H. 2021. The influence of halal awareness and halal certificate on purchase intention through brand image. In: Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges. London: Routledge, pp. 56–62.
- [8]. Jaswir, Irwandi. 2020. Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia . In: Insight: Islamic Economy Bulletin. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah , pp. 7–11.
- [9]. Hakim, Abdul. 2021. Penerapan Hukum Halal dan Penerapannya di Indonesia . In: Adaptasi dan Sinkronisasi Kebijakan Pembangunan Memanfaatkan Momentum New Normal Pasca Covid-19. Bandung: Prosiding Seminar Nasional , pp. 83–93.
- [10]. Ainiyah, Nur. 2018. Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. Jurnal Pendidikan Islam Indonesia; 2: 221–236.
- [11]. Setiawati, Linda, & Mulyawati, Isah Bela. 2020. Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pendidikan Indonesia Mengenai Pencegahan Covid-19. Gunahumas; 3: 51–58.
- [12]. tim Bina Karya SMK. Ilmu Seni Rupa Dasar . 2018. 1st ed. Jogjakarta: Indoeduka.
- [13]. Desintha, Siti, Hidayat, Syarip & Wirasari, Ira. 2018. MITOS KEMATIAN FOTO KARYA OSCAR MATULOH DENGAN PERSPEKTIF ROLAND BARTHES. Kalatanda : Jurnal Desain Grafis dan Media Kreatif; 1: 163.
- [14]. Piliang, Yasraf Amir. Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya dan matinya Makna . 2019. 5th ed. Yogyakarta: Catrik Pusaka.
- [15]. Shalekhah, A'yun Nikmatus, & Martadi. 2021. Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Film Parasite versi Negara Inggris . Jurnal Barik; 2: 54–66.
- [16]. Soewardikoen, Didit Widiatmoko. Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual . 2019. 1st ed. Yogyakarta: Kanisius.
- [17]. Anindita, Marsha, & Riyanti, Menul teguh. 2016. Tren Flat Design dalam desain Komunikasi Visual. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain ; 1: 1–14.