



---

## SEMIOTIKA KOMUNIKASI PADA MOTTO “KOTA MATARAM MAJU, RELIGIUS DAN BERBUDAYA”

Diah Maya Apsari

Universitas Islam Negeri Mataram (UIN), Mataram, Indonesia

---

### History Article

---

#### *Article history:*

Received Juni 3, 2022  
Approved Juni 20, 2022

---

#### *Keywords:*

*Mataram, Forward,  
Religious, Cultured*

#### ABSTRACT

Mataram City has a motto that is Mataram City Forward, Religious and Cultured. (Explanation of the meaning of the motto/vision and mission one by one, indicators of the motto one by one). This motto becomes the spirit, soul, and spirit of the Mataram City Government and the people of Mataram City in carrying out activities and life in Mataram City. The results of this study Semiotics of communication contained in the motto of the city of Mataram is advanced, religious and cultured is not just a slogan but has the meaning of hopes and ideals that are always endeavored by the Mataram city government as the highest policy holder in the city of Mataram. To build the city of Mataram which is advanced in all aspects. This study uses a qualitative methodology. Bogdan and Taylor in Moleong (2007: 4) define qualitative research methodology as a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior. Meanwhile, Kirk and Miller in Moleong (2007) define qualitative research as a particular tradition in social science that is fundamentally dependent on human observations both in its area and in its terminology. This study aims to find out what the semiotics of communication are contained in the Motto "Maju Mataram City is Advanced, Religious and Cultured". The difference between the previous research and what the researcher is going to do is that the previous research examined "semiotic analysis of communication in other sentences, while this study examines the meaning of semiotics in the motto of Mataram city, namely "Maju Kota Maju, Religious, and Cultured".

#### ABSTRAK

Kota Mataram memiliki motto yaitu Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya. (Penjelasan tentang makna Motto/visi misi satu persatu, indikator motto satu persatu). Motto ini menjadi spirit, jiwa, dan ruh Pemerintah Kota Mataram dan masyarakat Kota Mataram dalam menjalankan aktivitas dan kehidupan di Kota Mataram. Hasil dari penelitian ini Semiotika komunikasi yang

---

---

terkandung dalam motto kota mataram maju, religius dan berbudaya tidaklah hanya slogan semata namun memiliki makna harapan dan cita-cita yang selalu di ikhtiarkan pemerintah kota mataram selaku pemegang kebijakan tertinggi di kota mataram. Untuk membangun kota mataram yang maju dalam segala aspek. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007: 4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan Kirk dan Miller masih dalam Moleong (2007) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa semiotika komunikasi yang terkandung dalam Motto "Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya". Perbedaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah bahwa penelitian sebelumnya meneliti tentang "analisis semiotika komunikasi pada kalimat lain sedangkan penelitian ini meneliti tentang makna semiotika pada motto kota mataram yakni "Kota Mataram Maju, Religius, dan Berbudaya".

---

© 2022 Jurnal Ilmiah Global Education

\*Corresponding author email: Diahmayaapsari@gmail.com

---

## PENDAHULUAN

Kota Mataram merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kota Mataram memiliki topografi wilayah berada pada ketinggian kurang dari 50 meter di atas permukaan laut (DPL) dengan rentang ketinggian sejauh 9 km, terletak pada 08° 33' - 08° 38' Lintang Selatan dan 116° 04' - 116° 10' Bujur Timur (*Profil Kota Basis Data Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan Kawasan*. diakses <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/v2/kota-sedang/64>. 10 Mei 2022.) Struktur geologi Kota Mataram sebagian besar adalah jenis tanah liat dan tanah endapan tuff yang merupakan endapan alluvial yang berasal dari kegiatan Gunung Rinjani, secara visual terlihat seperti lempengan batu pecah, sedangkan di bawahnya terdapat lapisan pasir. Seperti kota-kota lain di Indonesia, kota Mataram beriklim tropis dengan tipe iklim muson tropis (Am) yang memiliki dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau.<sup>1</sup> Suhu udara di Kota Mataram berkisar antara 20.1 °C sampai dengan 31.6 °C. Kelembapan maksimum 83% terjadi pada bulan Januari–Maret dan Desember, sedangkan kelembapan minimum 77% terjadi pada bulan Agustus dan September. Rata-rata penyinaran matahari maksimum pada bulan September. Sementara jumlah hari hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari sebanyak 20 hari, dengan curah hujan rata-rata mencapai 1200–2000 mm per tahun, dan jumlah hari hujan relatif  $\geq 120$  hari per tahun. Batas-batas wilayah Kota Mataram adalah sebagai berikut: *Utara*, Kecamatan Gunung Sari, Kabupaten Lombok Barat, *Timur*, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, *Selatan*, Kecamatan Labuapi, Kabupaten Lombok Barat, *Barat*, Selat Lombok. Kota Mataram terdiri dari 6 Kecamatan dan 50 Kelurahan. (Rifainy, H. Muhammad Sabidin, et al. "Implementasi Visi Kota Mataram Religius, Maju Dan Berbudaya Dalam Budaya Hukum Reposisi Awig-Awig Lingkungan Media Pelestarian Adat Sasak Luwirgama (Studi Kasus Dilingkungan Kekalik Kijang Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Mataram)." *MEDIA BINA ILMIAH* 12.10 (2018): 489-500.)

Dari sisi ekonomi, pertumbuhan ekonomi Kota Mataram terbilang cukup fluktuatif, namun tidak menjadikan alasan penting bahwa dengan pendapatan yang fluktuatif tersebut kesejahteraan dan pembangunan yang dilakukan di Kota Mataram menjadi terhambat. Tercatat berdasarkan data yang

diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Mataram, pendapatan asli daerah tahun 2017 tercatat 386.958.232.873,50 tahun 2018 tercatat 358.825.822.208,30 selanjutnya tahun 2019 tercatat 373.951.422.339,15 dan tahun 2020 sejumlah 263.165.361.010,50. (*Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan Dan Belanja Kota Mataram*. <https://web.mataramkota.go.id/storage/app/media/Dokumen/LAPORAN/calk-kota-Mataram-tahun-2017.pdf>) Keadaan ini disebabkan karena pada tahun 2018 terjadi gempa bumi di Lombok yang berimbas ke kota Mataram sebagai pusat pemerintahan. Masyarakat yang ada di Kota Mataram juga mengalami dampak yang signifikan atas kejadian gempa bumi tahun 2018 tersebut. Namun seiring berjalannya waktu, semua sector mulai bangkit dan dilakukan perbaikan dimana-mana sehingga keadaan berangsur-angsur normal. Namun tentu saja tidak senormal kondisi sebelum gempa bumi. Kemudian di tahun 2019, masyarakat bumi dihadapkan dengan permasalahan Pandemi covid-19 yang juga berdampak sangat signifikan di Kota Mataram. Demikian gambaran kondisi keuangan yang ada di kota Mataram dari tahun ke tahun.<sup>2</sup>

Khusus di tahun 2020, segala sektor baik itu pariwisata, kuliner, pusat-pusat perbelanjaan mulai menggeliat kembali. Dengan ditetapkannya era normal baru, segala sendi kehidupan masyarakat mulai bangkit perlahan dari yang sebelumnya Kota Mataram juga sering ditunjuk menjadi tuan rumah event-event nasional, dan tentu hal ini seharusnya menjadi motivasi untuk Kota Mataram menerapkan serta mengimplementasikan mottonya yang sudah disematkan selama ini. (*Profil Kota Basis Data Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan Kawasan*. diakses <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/v2/kota-sedang/64.10.Mei.2022>.)

Memperhatikan jumlah anggaran dengan jumlah penduduk yang tidak terlampau besar, Pemerintah Kota Mataram seharusnya bisa menggunakan APBD tersebut dengan baik. Dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, dengan anggaran yang demikian besar dapat dialokasikan untuk kebersihan, keamanan, ketertiban, program-program pemberdayaan masyarakat dan sebagainya. Tujuannya adalah dalam rangka memenuhi visi misi yang ada sekaligus sebagai bagian dari upaya mengimplementasikan motto atau semboyan yang dimiliki. Adalah sudah umum diketahui, setiap kabupaten/kota mempunyai motto atau slogan yang dianggap mewakili karakter atau harapan dari masyarakatnya. Kabupaten/kota yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, pun memiliki motto atau slogan masing-masing yang umumnya dibuat sejak awal berdirinya sebuah kabupaten/kota. Kabupaten Lombok Barat misalnya, mempunyai motto "Patut, Patuh, Patju"; Kabupaten Lombok Utara mempunyai motto "Tioq, Tata, Tunaq"; Kabupaten Lombok Tengah bermotto-kan "Tatas, Tuhu, Trasna" dan sebagainya. Pada prinsipnya, adanya motto yang dibuat menjadi "tanda", "symbol" seperti apa kabupaten/kota tersebut dalam menjalani pemerintahannya. Selain itu, motto juga menjadi semangat dalam hal berbuat yang terbaik dalam pemerintahan dan motto juga menjadi "ciri khas" yang dimiliki oleh suatu daerah. (*Purnama, Baiq Mirna Gita. Strategi Media Relations Bagian Humas dan...?. Diss. Universitas Brawijaya, 2018.*)

Kota Mataram pun memiliki motto yaitu Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya. (Penjelasan tentang makna Motto/visi misi satu persatu, indikator motto satu persatu). Motto ini menjadi spirit, jiwa, dan ruh Pemerintah Kota Mataram dan masyarakat Kota Mataram dalam menjalankan aktivitas dan kehidupan di Kota Mataram. Namun demikian, Motto Kota Mataram "Maju, Religius dan Berbudaya" tampaknya belum banyak di ketahui maknanya oleh sebagian besar masyarakat kota mataram. Ahmad salah satu warga kota Mataram yang dalam wawancara menyatakan sejujurnya tidak mengetahui makna dari motto kota mataram tersebut.<sup>3</sup> dengan banyaknya masyarakat kota mataram yang tidak mengetahui makna yang terkandung dalam motto tersebut rasanya sangat sulit untuk melaksanakan makna dari motto "kota mataram yang maju, religius dan berbudaya". Dalam kehidupan sehari-hari warga kota Mataram. (*Wawancara dengan Kriskiyanto, Tanggal 5 April 2022. di Mataram*).

Jika seluruh masyarakat kota mataram mengetahui dan memahami makna dari motto "kota mataram maju, religius dan berbudaya", maka tentu seluruh elemen masyarakat kota mataram, baik pemerintah, ASN, dan seluruh masyarakat akan meramaikan tempat ibadah masing-masing untuk melakukan kewajiban pada agamanya. Sebut saja pemerintah Propinsi Jawa Barat, misalnya, yang telah sangat berhasil menerapkan berbagai program religius dan hasilnya banyak penghargaan dan keberhasilan yang diperoleh oleh Provinsi tersebut dala, era pemerintahan Gubernur nya Ahmad Heryawan atau yang akrab dipanggil kang Aher. Selain itu juga, Provinsi Sumatera Barat juga mengedepankan peningkatan keimanan dan ketakwaan para aparatur sipil negara nya, karena kita sama-sama menyadari bahwa dengan tingginya tingkat keimanan dan kesadaran beragama para ASN akan berdampak besar terhadap kualitas pelayanan di masyarakat. (*Kompas. Hari ke 5 jadi gubernur edy ajak asn sholat berjamaah. Diakses di*

<https://regional.kompas.com/read/2018/09/10/22275941/hari-ke-5-jadi-gubernur-sumut-edy-ajak-asn-shalat-berjemaah-dan-hemat>. Pada tanggal 2 Januari 2022).

Hal ini juga berdampak luas dalam hal penegakan disiplin, etos kerja dan pemenuhan tanggung jawab yang dimiliki oleh ASN yang bersangkutan

Kembali ke Kota Mataram sebagai jendela Provinsi Nusa Tenggara Barat, pada masa pemerintahan Walikota TGH Ahyar Abduh, kondisi kebersihan Kota Mataram belum berhasil secara signifikan. Hal ini terlihat dari kondisi kebersihan Kota yang seharusnya mencerminkan suatu wilayah yang religius. Namun demikian, Kota Mataram belum bisa dikategorikan sebagai Kota yang bersih dari sampah. Kota Mataram sebagai ibukota Propinsi Nusa Tenggara Barat merupakan etalase propinsi NTB untuk menuju ke kota-kota lain yang ada di Pulau Lombok. Namun tidak jarang kita lihat, keadaan jalan maupun pinggir jalan yang merusak pemandangan. Banyak sampah berserakan yang membuat etalase kota menjadi tidak sedap dipandang mata. (*Wawancara dengan Ismul Hidayat Anggota DPRD Kota Mataram, Tanggal 1 Desember 2021. Kantor DPRD Kota Mataram*) Beberapa waktu lalu, melalui akun media sosialnya Gubernur NTB Zulkiflimansyah (*FB: Bang Zulkiflimansyah*) memposting foto mengenai salah satu sudut Kota Mataram yang merupakan gerbang masuk Kota Mataram yang dipenuhi oleh sampah. Wilayah tersebut adalah wilayah di seputaran Bundaran Jempong setelah gerbang masuk "Tembolak" yang merupakan icon gerbang masuk kota Mataram dari arah Baypass. Tampak dalam foto tersebut, sampah berserakan, dan kebanyakan merupakan sampah plastik yang sudah lama tidak dibuang ke tempat pembuangan sementara. (*Wawancara dengan Adiyatma Warga Kota Mataram, Tanggal 5 Desember 2021 di Mataram*).

Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat hampir mayoritas lokasi TPS (Tempat Pembuangan Sampah Sementara) yang berada di Kota Mataram terletak di pinggir jalan. Di sana dibuatkan semacam tembok yang "sedianya" berfungsi sebagai sarana untuk "menyembunyikan" sampah yang menggunung tersebut. Namun bau sampah yang menyengat dan pemandangan yang tidak elok tidak bisa dihindari. Hal ini memperparah kondisi Kota Mataram yang jauh dari kata layak untuk disebut sebagai kota yang bersih, sehat dan nyaman. Selanjutnya kondisi yang tidak bersahabat juga ditunjukkan oleh para pengguna jalan yang ada di Kota Mataram.<sup>4</sup> Belum adanya regulasi yang jelas dan tegas yang memberikan sanksi moral maupun materiil terhadap para pelanggar rambu-rambu lalu lintas yang sangat meresahkan. Tidak jarang kita melihat, tidak ada tindakan tegas dari aparat kepolisian terhadap pelanggar rambu-rambu lalu lintas. Bahkan di beberapa titik tidak ada terlihat aparat kepolisian yang berjaga-jaga di posnya masing-masing. Hal ini mengakibatkan pengendara berlaku seenaknya yang tidak saja membahayakan diri sendiri juga sangat membahayakan pengguna jalan lainnya. Perilaku yang tidak "berbudaya" seperti ini juga menjadi tantangan Pemerintah Kota Mataram dalam menetapkan program regulasi dan kebijakannya. (*Wawancara dengan Gunadi Warga Kota Mataram, Tanggal 5 Desember 2021. Mataram NTB*).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007: 4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan Kirk dan Miller masih dalam Moleong (2007) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Jane Richie dalam Moleong (2007: 6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Singkatnya menurut Moleong (2007) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Sementara menurut Creswell (2014) penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang – oleh sejumlah individu atau sekelompok orang – dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penulis lainnya Sugiyono (2012: 1) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik

pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*. Senada dengan itu, Denzin dan Lincoln dalam Noor (2015) menyebut kata kualitatif menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Noor, 2015: 34-35).

Dalam mengumpulkan dan mengungkapkan permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif analitis. Sugiyono (2012) mendefinisikan penelitian kualitatif deskriptif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif alamiah dengan peneliti berperan sebagai instrumen kunci.

a) Sumber Data/Subjek/Objek Penelitian

1) Sumber Data

Lofland dan Lofland dalam Moleong (2007: 157) menyebut sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah *kata-kata*, dan *tindakan*. Sedang sumber data kedua adalah di luar *tindakan* dan *kata-kata* berupa data tambahan yang berasal dari sumber buku, majalah ilmiah, sumber arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (2007: 159). Dalam hal ini termasuk jurnal, sumber internet yang bisa dipercaya, dll. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto, atau film. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya.

Dengan bahasa yang lain sumber data *kata-kata* dan *tindakan* disebut data primer dan data tertulis disebut data sekunder. Bungin (2001 : 129) mendefinisikan sumber data primer sebagai sumber pertama data dihasilkan oleh pengumpul data. Sementara itu, sebaliknya dengan sumber data sekunder yang merupakan sumber data kedua sesudah sumber data primer atau sumber data yang tidak langsung. Penelitian ini menggunakan dua sumber data penelitian, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer di antaranya diperoleh langsung dari informan yang memahami Motto Kota Mataram dengan melakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan informan-informan tersebut. Di sisi lain, penelitian ini juga dilaksanakan melalui membaca literatur (*desk review*) dari buku, jurnal, artikel, sumber internet dan media massa yang berhubungan dengan kajian semiotika dalam motto, logo atau semboyan.

2) Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Amirin (1986) merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenaunya ingin diperoleh keterangan. Arikonto (1989) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel penelitian yang akan amati. Kesimpulan dari kedua pengertian di atas, Subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan subjek penelitian dapat menggunakan *criterion-based selection* (Muhajir, 1993), yang didasarkan pada asumsi bahwa subjek tersebut sebagai aktor dalam tema penelitian yang diajukan. Selain itu dalam penentuan informan, dapat digunakan model *snow ball sampling*. Metode ini digunakan untuk memperluas subjek penelitian. Hal lain yang harus diketahui bahwa dalam penelitian kualitatif, kuantitas subjek bukanlah hal utama sehingga pemilihan informan lebih didasari pada kualitas informasi yang terkait dengan tema penelitian yang diajukan. Subyek dalam penelitian ini adalah para narasumber.

Dalam penelitian kualitatif ini, informan bukanlah obyek penelitian melainkan subyek. Hal ini disebabkan antara peneliti dan yang diteliti dalam kualitatif bersifat tidak bebas nilai/value bound (Lincoln, Yvonna & Guba, Egon, 1985: 37) yang berarti antara peneliti dan yang diteliti sama-sama sebagai subyek. Sebagai misal dalam kualitatif tidak boleh menitip wawancara dan observasi tapi kalau dalam penelitian kuantitatif boleh menitip angket karena hubungan antara peneliti dan yang diteliti terpisah (*free of value*) atau dengan kata lain ada hubungan antara subyek dan obyek.

Subyek dalam penelitian ini adalah utamanya pemerintah kota mataram atau Walikota Mataram, Anggota DPRD kota mataram, ASN yang ada di lingkup pemerintah Kota Mataram baik itu ASN yang menduduki jabatan tertentu maupun ASN staf biasa yang

bertugas di suatu OPD tertentu. ASN tersebut tentunya pernah dipimpin oleh TGH ahyar Abduh sebagai Walikota Mataram saat itu, sehingga nantinya dapat dimintai penjelasan tentang bagaimana evaluasi terhadap kinerja beliau dan fokus dalam hal makna komunikasi dalam motto yang diusung. Selanjutnya ada stakeholder pemangku kebijakan yang tentunya juga pernah dipimpin oleh Walikota sebelumnya. Ada juga masyarakat Kota Mataram namun tentu saja akan diambil sample untuk memudahkan pengambilan data.

3) Objek Penelitian

Sugiyono (2002) mendefinisikan objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan dalam kegiatan penelitian atau sasaran penelitian. Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Oleh karena itu yang menjadi objek dalam kegiatan penelitian ini motto Kota Mataram yang Maju, Religius, dan Berbudaya dalam sisi implementasinya di masyarakat Kota Mataram.

b) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Noor, 2012: 138). Secara umum cara pengumpulan data dapat menggunakan teknik: wawancara (interview), pengamatan (observation), studi dokumentasi dan Focus Group Discussion (FGD). Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan akan menggunakan teknik pengamatan langsung, wawancara, dan studi literatur. Pengamatan langsung (observasi) yang akan dilakukan mengharapkan hasil berupa ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan (2012: 138). Nasution dalam Sugiyono (2012: 64) menyatakan observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Marshall masih dalam Sugiyono menyatakan melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Maka dalam penelitian ini observasi yang dilakukan adalah bagaimana aplikasi dari motto Mataram yang Maju, Religius, dan Berbudaya oleh masyarakat Kota Mataram dan dalam bentuk kebijakan-kebijakan Pemerintah Kota Mataram. Ini akan lebih memungkinkan dilakukan mengingat peneliti merupakan bagian dari ASN Kota Mataram yang memiliki akses yang relatif mudah untuk melakukan penelitian di Pemerintah Kota Mataram.

Wawancara selain bersifat mendalam (*in depth interview*) juga dilakukan berhadapan (*face-to-face interview*) dengan partisipan (Creswell, 2014: 267). Wawancara ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang umumnya tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*open-ended*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para informan. Inilah barangkali yang oleh Bungin dalam Noor (2015:140) sebut sebagai wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan tanpamenggunakan *guide* observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek. Lebih jelas Sugiyono (2012: 74) menyebut wawancara tidak terstruktur sebagai wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Para informan terpilih ditentukan berdasarkan kepada kriteria-kriteria tertentu yang dianggap layak. Kriteria-kriteria tersebut ditentukan dengan indikator yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Studi literatur yang relevan akan menjadi salah satu sumber data dalam melihat fenomena dalam penelitian ini. Data-data tersebut bisa berupa dokumen-dokumen seperti buku, foto, informasi dari media cetak maupun dokumen elektronik. Sujarweni dalam Susilowati (2016) mengatakan data-data tersebut mempunyai sifat utama yang tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga dapat digunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa lampau. Berbagai sumber literatur seperti buku-buku dan jurnal-jurnal kearifan lokal, buku-buku tentang Kota Mataram, dan sebagainya akan menjadi bagian dari studi literatur dalam penelitian ini.

c) Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam Sahid (2011), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing / verification*). Lebih jelas tentang teknik analisis data menurut Miles dan Huberman:

1) Reduksi Data (*Data condensation*)

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data. Dari berbagai data primer dan sekunder yang didapat terkait dengan Motto Kota Mataram, maka data-data yang dianggap kurang penting akan dibuang sehingga tidak terjadi penumpukan data yang tidak relevan.

2) Penyajian Data (*Data display*)

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan. Data-data sekunder maupaun primer dari hasil wawancara akan dianalisis menggunakan teori dan konsep yang dipakai sebagai pisau analisisnya.

3) Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi (*Conclusions drawing/ verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Kesimpulan yang didapat merupakan kelanjutan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian berkaitan dengan implementasi motto Kota Mataram.

d) Prosedur Penelitian

1) Instrumen Penelitian

Sugiyono (2012: 59) mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Sehingga peneliti juga harus divalidasi seberapa jauh dia siap melakukan penelitian yang kemudian terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan.

2) Data Primer

Data primer dalam kegiatan penelitian merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kelompok fokus, dan panel, atau juga data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan informan. Data yang diperoleh kemudian diolah sedemikian rupa. Dalam kegiatan penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil wawancara dengan informan terkait tema penelitian.

3) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002: 58). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Dalam kaitannya dengan kegiatan penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku-buku teori, buku, buku sejarah, jurnal, artikel, majalah, media massa dan online, serta dokumen resmi pemerintah daerah Kota Mataram yang berkaitan motto atau logo.

4) Pengujian Keabsahan dan Keterandalan Data

Dalam penelitian kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif. Data yang valid adalah data —yang tidak berbedal antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya (Sugiyono, 2012: 117). Untuk menuju keabsahan dan keterandalan data dalam penelitian ini menggunakan strategi triangulasi sumber-sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber-sumber tersebut dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren. Tema-tema yang dibangun berdasarkan sejumlah sumber data atau perspektif dari partisipan akan menambah validitas data (Creswell, 2014:286-287). Triangulasi yaitu mengecek kebenaran data dengan membandingkannya dengan data-data yang diperoleh dari sumber lain dengan kata lain tidak cukup puas dengan satu keterangan informan tetapi divalidasi dengan informan lain sumber-sumber data lainnya. Oleh karena, dalam penelitian ini, peneliti tidak akan cukup puas dengan keterangan dari satu atau dua informan tetapi membandingkan dengan informan-informan lain hingga ditemukan hal-hal yang bersifat umum.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah semiotik pertama kali lahir dari sebuah pemikiran filsuf Amerika yang bernama Charles Sanders Peirce. Ia menyamakan semiotik dan logika. Peirce mengembangkan semiotik dalam hubungannya dengan filsafat pragmatisme. Selain Charles Sanders Peirce, peletak dasar semiotik lainnya adalah Ferdinand de Saussure. Saussure (struktural) – yang dikenal sebagai bapak ilmu bahasa modern mempergunakan istilah semiologi, sedang Peirce (analitis) bapak semiotik memakai istilah semiotik. Kedua tokoh yang berasal dari dua benua yang berjauhan, Amerika dan Eropa, dan tidak saling mengenal, sama-sama mengemukakan sebuah teori yang secara prinsipial tidak berbeda. (*Suherdiana, Konsep Dasar Semiotika Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Peirce. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies 4, no.12 (2008). 371-407*).

Semiotika atau ilmu ketandaan (juga disebut studi semiotik dan dalam tradisi *Saussurean* disebut semiologi) adalah studi tentang makna keputusan. Ini termasuk studi tentang tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, penunjukan, kemiripan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, yang untuk sebagian, mempelajari struktur dan makna bahasa yang lebih spesifik. Namun, berbeda dari linguistik, semiotika juga mempelajari sistem-sistem tanda non-linguistik. Semiotika dibagi menjadi tiga cabang, yaitu: 1). Semantik: hubungan antara tanda dan hal-hal yang mereka lihat; denotata mereka, atau makna 2). Sintaksis: hubungan antara tanda-tanda dalam struktur formal Pragmatik: hubungan antara tanda dan tanda-menggunakan agen 3). Semiotika sering dipandang memiliki dimensi antropologis penting; misalnya, Umberto Eco mengusulkan bahwa setiap fenomena budaya dapat dipelajari sebagai komunikasi. Namun, beberapa ahli semiotik fokus kepada dimensi logis dari ilmu pengetahuan. Mereka juga menguji area untuk ilmu kehidupan - seperti bagaimana membuat prediksi tentang organisme, dan beradaptasi, semiotik relung mereka di dunia (lihat semiosis). (*Henry George Liddell, Robert Scott, A Greek-English Lexicon, on Perseus*)

Sintaksis adalah cabang dari semiotika yang berhubungan dengan sifat-sifat formal tanda dan simbol. Lebih tepatnya, Sintaksis berkaitan dengan "aturan yang mengatur bagaimana kata-kata digabungkan untuk membentuk frasa dan kalimat". Charles Morris menambahkan bahwa semantik berkaitan dengan hubungan tanda-tanda untuk designata mereka dan benda-benda yang memungkinkan atau menunjukkan; dan, penawaran pragmatik dengan aspek biotik dari semiosis, yaitu dengan semua fenomena psikologis, biologis, dan sosiologis yang terjadi dalam fungsi tanda-tanda.

### A. Kota Mataram

Fungsi pertama dari kota adalah sebagai pusat pemerintah. Seperti yang sudah diketahui oleh banyak orang bahwa kota itu sendiri memiliki fasilitas pelayanan yang lebih lengkap bila dibandingkan dengan pelayanan yang ada di pedesaan. Selain itu, dalam menjalankan sebuah pelayanan masyarakat dibutuhkan aparatur negara. Tanpa adanya aparatur negara, maka sebuah pelayanan masyarakat tidak dapat berjalan dengan baik. Apabila suatu pelayanan masyarakat tidak dapat berjalan dengan baik tidak menutup kemungkinan akan ada hal yang terhambat. Dalam hal ini, hal yang akan terhambat berupa kebutuhan hidup untuk masyarakat, administratif masyarakat, dan sosial budaya. Oleh karenanya, agar semua hal itu tidak terjadi keterlambatan, maka sangat diperlukan fasilitas pelayanan masyarakat yang baik dan aparatur negara yang dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal. Tidak hanya itu, "kota" juga harus dijadikan sebagai pusat pemerintah. Maka dari itu, "kota" dapat dikatakan sebagai pusat pemerintah karena dapat mengendalikan berbagai jenis pelayanan masyarakat dan bisa mengendalikan sistem pemerintah. Selain itu, kota juga dikenal sebagai pusat pemerintahan, bahkan juga dikenal sebagai ibu kota negara atau ibu kota provinsi.

Fungsi kedua dari kota adalah sebagai pusat pendidikan. Sudah menjadi hal umum bahwa pendidikan yang ada di suatu wilayah atau daerah harus benar-benar diperhatikan karena akan memengaruhi Sumber Daya Manusia (SDM) di wilayah tersebut. Bahkan, bisa saja SDM dari wilayah itu berperan dalam kemajuan negaranya. Dalam memajukan pendidikan harus memiliki suatu wilayah yang dapat menjadi pusat dari sistem pendidikan. Jika, pusat pendidikan sudah ditentukan, maka sistem pendidikan dapat dikembangkan dengan optimal. Wilayah yang bisa dijadikan sebagai pusat pendidikan adalah kota, mengapa kota? Karena kota memiliki fasilitas yang lebih lengkap dan yang lebih penting kehidupan masyarakatnya lebih heterogen, sehingga dapat melihat berbagai jenis individu. Oleh sebab itu, tak heran jika di dalam suatu kota jumlah lembaga pendidikannya lebih banyak dibandingkan dengan kabupaten. Banyaknya lembaga pendidikan ini bertujuan untuk menampung individu yang ingin menempuh pendidikan. Selain

itu, banyaknya lembaga pendidikan di perkotaan bisa dijadikan contoh bagi lembaga pendidikan yang letaknya di luar kota atau di pedesaan. Semakin banyak individu yang menempuh pendidikan, maka peluang menghasilkan SDM unggul akan semakin besar.

Fungsi kota yang ketiga adalah sebagai pusat informasi. Pembangunan pada setiap wilayah, baik itu kota atau desa harus dilakukan agar semua fasilitas pelayanan, fasilitas umum, dan sebagainya juga ikut berkembang menjadi lebih baik. Dalam mewujudkan pembangunan pada suatu wilayah sangat dibutuhkan informasi yang akurat dan tepat. Hal ini sangat diperlukan karena informasi yang akurat dan tepat merupakan sumber data untuk mengarahkan suatu pembangunan. Pembangunan yang dilakukan berdasarkan informasi sebagai sumber datanya, maka wilayah itu dapat berjalan dengan baik dan penduduk yang ada di wilayah itu akan merasa senang. Informasi yang bisa dijadikan sebagai sumber data untuk membangun suatu wilayah bisa didapatkan dari mana saja, mulai dari majalah, koran, radio, televisi, hingga internet. Semakin cepat informasi diterima, maka semakin cepat pembangunan dilakukan. Agar informasi untuk pembangunan suatu wilayah tidak berantakan, maka informasi itu dikumpulkan menjadi satu di satu wilayah, yaitu di perkotaan. Kota dapat menjadi pusat untuk menyimpan informasi karena fasilitas yang ada di perkotaan lebih lengkap, sehingga informasi yang diterima dapat diolah dengan baik, sehingga pembangunan dapat berjalan dengan optimal.

Makna semiotika dalam kata Kota Mataram pada motto “kota Mataram maju, religius, dan berbudaya”. adalah sebagai obyek atau sasaran pembangunan, termasuk didalamnya adalah seluruh sumber daya yang ada di wilayah kota Mataram. Meliputi warganya yang secara administratif menetap dan tinggal di wilayah kota Mataram.

## B. Maju

Makna semiotika komunikasi pada kata maju dalam motto “kota Mataram maju, religius, dan berbudaya” adalah sebuah harapan dan cita-cita pemerintah kota Mataram sebagai pemangku kebijakan yang ingin menjadikan kota yang di bawah pemerintahannya menjadi kota yang maju dalam segala aspek. Maju dalam sumber daya manusia, maju dalam ilmu pengetahuan, dan maju dalam bidang teknologi, sebagai ibu kota sebuah provinsi Mataram tidak hanya menjadi pusat pemerintahan provinsi Nusa Tenggara Barat namun juga menjadi pusat perdagangan dan pendidikan. Sehingga tidak salah sebagai ibu kota, Mataram mempunyai harapan dan cita-cita yang tertuang dalam visi-misi kota Mataram untuk menjadi kota yang maju. Maju menurut KBBI artinya berjalan (bergerak) ke muka; tampil ke muka. Atau telah mencapai atau berada pada tingkat peradaban yang tinggi; berkembang pikirannya; berpikir dengan baik. Kemajuan adalah hal (keadaan) maju (tentang kepandaian, pengetahuan, dan sebagainya). Pemaparan yang disampaikan oleh beberapa narasumber terkait Semiotika dalam kata maju pada Motto “Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya” sejalan dengan makna kata maju secara umum.

Makna semiotika komunikasi dalam kata maju pada motto kota Mataram mengandung makna yang luas. Tidak hanya bermakna maju dengan infrastruktur yang memadai namun justru makna yang dimaksud adalah majudalam peradaban. Baik ilmu pengetahuan dan teknologi.

## C. Religius

Makna semiotika komunikasi pada kata religius dalam motto “kota Mataram maju, religius, dan berbudaya” adalah sebuah harapan dan cita-cita pemerintah kota Mataram sebagai pemangku kebijakan yang ingin menjadikan kota yang di bawah pemerintahannya menjadi kota yang tidak hanya maju dalam segala aspek. Namun tetap memiliki nilai religius. Sebagai kota yang memiliki agama yang beraneka ragam. Dalam penjelasannya mantan walikota Mataram H. Ahyar Abduh menyampaikan bahwa kota Mataram ini kita ikhtiarkan menjadi kota yang maju seperti kota-kota lain di Indonesia namun kita tidak ingin kita maju dalam segala aspek sosial namun justru abai pada nilai religius. Religius disini adalah paket komplis pada motto tersebut. Jadi kita menginginkan kota Mataram ini maju dalam segala aspek. Namun juga warganya memiliki nilai religius yang tinggi. Sebab ajaran kebaikan dalam agama adalah salah satu nilai yang bisa menjadi kontrol bagi pemerintah dan seluruh warganya agar memegang nilai-nilai kebaikan pada agama masing-masing, sehingga dapat memajukan kota Mataram.

Dalam teori istilah dari Religius sebenarnya berasal dari kata *religion* atau *religious* yang berarti agama dalam bahasa Inggris. Kata ini awalnya bersumber dari istilah latin *religie* yaitu *re* berarti kembali dan *ligere* artinya terkait atau terikat. Menurut Sauri, agama atau religi merupakan suatu sistem ajaran tentang Tuhan, di mana penganutnya melakukan tindakan-tindakan ritual, moral, atau sosial atas dasar aturan-aturannya. Oleh sebab itu, secara substansial, agama mencakup

aspek kredial (doktrin), ritual (cara berhubungan dengan Tuhan), moral (aturan berperilaku) dan sosial (aturan hidup bermasyarakat). Teori di atas sejalan dengan makna semiotika komunikasi pada kata religius dalam motto kota mataram yang disampaikan oleh beberapa narasumber bahwa setiap pihak dituntut dan diharapkan selalu kembali pada nilai-nilai agama yang menjadi nilai kebaikan sekaligus nilai kontrol dalam berperilaku sehingga dapat mewujudkan cita-cita kota mataram secara bersama.

#### D. Berbudaya

Berbudaya bermakna memiliki budaya atau kebudayaan. Sehingga perlu dijelaskan tentang apa yang dimaksud dengan budaya atau kebudayaan. Menurut Raymond Williams, dalam Lee M.J. (2015, hal 71) kebudayaan menggambarkan 'cara hidup tertentu, mengekspresikan makna dan nilai-nilai tertentu dalam institusi dan perilaku sehari-hari'. Dari pengertian ini, kata Lee M.J., menjadikan kebudayaan sebagai respons khas suatu kelompok, dan efek yang terinternalisasi dari lokalitas sosial tertentu. Kebudayaan bukanlah produk perilaku yang sepenuhnya rasional atau penuh perhitungan oleh kelompok-kelompok sosial dalam mengekspresikan cara hidup mereka, dan bukan pula hasil nilai kepercayaan dan sistem makna yang berasal dari kepentingan-kepentingan sosial tertentu, baik ditanamkan atau dipaksakan.

Makna semiotika komunikasi pada kata berbudaya dalam motto "kota mataram maju, religius, dan berbudaya" adalah sebuah harapan dan cita-cita pemerintah kota mataram sebagai pemangku kebijakan yang ingin menjadikan kota yang di bawah pemerintahannya menjadi kota yang tidak hanya maju dalam segala aspek. Tidak hanya religius dalam beragama Namun tetap menjaga nilai budaya dengan tetap berbudaya. Sebagai kota yang memiliki budaya yang beraneka ragam. Dalam penjelasannya mantan walikota Mataram H. Ahyar Abduh menyampaikan bahwa Kota Mataram ini memiliki budaya yang banyak sama seperti kota-kota lain di Indonesia dari segi bahasa saja antara satu lingkungan dengan lingkungan lainnya memiliki nada dan bahasa yang berbeda. berbudaya disini adalah paket komplit pada motto tersebut. jadi kita menginginkan kota mataram ini maju dalam segala aspek. Tetap memiliki nilai religius dalam agama. Namun juga kota mataram kita harapkan tetap menjaga nilai budaya. Sebab kebudayaan juga merupakan salah satu nilai yang luhur. Ada istilah budaya ada dalam agama dan agama juga ada dalam sebuah budaya. Dan di harapkan budaya yang dimiliki oleh kota mataram dapat menarik perhatian wisatawan baik dari luar daerah sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota Mataram dari sektor pariwisata.

#### KESIMPULAN

Semiotika komunikasi yang terkandung dalam motto kota mataram maju, religius dan berbudaya tidaklah hanya slogan semata namun memiliki makna harapan dan cita-cita yang selalu di ikhtiarkan pemerintah kota Mataram selaku pemegang kebijakan tertinggi di kota Mataram. Untuk membangun kota Mataram yang maju dalam segala aspek. Maju dalam peradaban, maju dalam ilmu pengetahuan, maju dalam pemikiran, maju dalam teknologi dan informasi serta memiliki sumber daya manusia yang bersaing, kendati demikian tidak abai pada nilai agama melalui motto religius di harapkan seluruh elemen yang ada di kota mataram tetap berpegang atau kembali pada ajaran agama yang senantiasa mengajarkan kebaikan kepada penganutnya. Religius sepaket dengan visi maju. Selain maju dan religius berbudaya juga menjadi paket dalam motto tersebut. dengan menjadi kota yang senantiasa melestarikan budaya leluhur yang sudah ada. Dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai kebaikan yang ada dalam budaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil teori yang ada terkait dari makna maju, religius dan berbudaya. Baik dari kesimpulan yang ditarik dari data-data wawancara dan observasi di lapangan. Bahwa antara teori yang ada sudah sejalan. Maju menurut KBBI artinya berjalan (bergerak) ke muka; tampil ke muka. Atau telah mencapai atau berada pada tingkat peradaban yang tinggi; berkembang pikirannya; berpikir dengan baik. Kemajuan adalah hal (keadaan) maju (tentang kepandaian, pengetahuan, dan sebagainya). Pemaparan yang disampaikan oleh beberapa narasumber terkait Semiotika dalam kata maju pada Motto "Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya" sejalan dengan makna kata maju secara umum. istilah dari Religius sebenarnya berasal dari kata *religion* atau *religious* yang berarti agama dalam bahasa Inggris. Kata ini awalnya bersumber dari istilah latin *religie* yaitu *re* berarti kembali dan *ligere* artinya terkait atau terikat. Menurut Sauri, agama atau religi merupakan suatu sistem ajaran tentang Tuhan, di mana penganutnya melakukan tindakan-tindakan ritual, moral, atau sosial atas dasar aturan-aturannya. Oleh sebab itu, secara substansial, agama mencakup aspek kredial (doktrin), ritual (cara berhubungan dengan Tuhan), moral (aturan berperilaku) dan sosial (aturan hidup bermasyarakat). Teori di atas sejalan dengan makna semiotika komunikasi pada kata religius dalam motto kota mataram yang disampaikan oleh

beberapa narasumber bahwa setiap pihak dituntut dan diharapkan selalu kembali pada nilai-nilai agama yang menjadi nilai kebaikan sekaligus nilai kontrol dalam berperilaku sehingga dapat mewujudkan cita-cita kota mataram secara bersama. Berbudaya bermakna memiliki budaya atau kebudayaan. Kebudayaan bukanlah produk perilaku yang sepenuhnya rasional atau penuh perhitungan oleh kelompok-kelompok sosial dalam mengekspresikan cara hidup mereka, dan bukan pula hasil nilai kepercayaan dan sistem makna yang berasal dari kepentingan-kepentingan sosial tertentu, baik ditanamkan atau dipaksakan

#### DAFTAR PUSTAKA

- A. Majid, dan D. Andayani, *Pendidikan Karakter dalam Perspektif Islam*. (Bandung: Insan Cita Utama, 2019), h. 45.
- Anggraeni, Dewi (2013-12-10). "[Inilah Asal Muasal Lahirnya Kota Mataram](#)". *LOMBOKita*. Diarsipkan dari [versi asli](#) tanggal 2020-08-09. Diakses tanggal 2019-11-19.
- Ardan Umar, "Urgensi Nilai-Nilai Religius dalam Kehidupan Masyarakat Heterogen di Indonesia" *Jurnal Civic Education* 3, No. 1 (Juni 2019): 71-72
- Azmi, K. (2014). A Semiotics Study On Slogan And Picture Of A Mild Advertisement Bukan Basa Basi Red Box Version. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FIB*, 3(3).
- Berger, Artur Asa. 2000. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*
- Chandler, D. (1994). *Semiotics for beginners*.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D. Chandler, *Semiotics for beginners*. (1994) h. 23
- Dewi, G. Putu Satya Amarta. "Bahasa Propaganda Baliho Partai Politik Nasionalis Pemilu 2019: Analisis Semiotika Sosial." *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)* 4.2 (2021): 212-228.
- F.T. Tyas, "Analisis semiotika motif batik khas Samarinda". *EJournal Ilmu Komunikasi* 1 no.4, (2013): h. 328-339.
- Florens Debora Patricia, Analisis Semiotika Komunikasi Visual Buku "Memahami Komik" Scott McCloud", *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no.2 (Juli 2018): 285-286
- Hidayat, Rahmad, et al. "Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Implementasi Program Kebersihan, Keindahan, Dan Ketertiban (K3) Di Kota Mataram (Studi di Kelurahan Jempong Baru)." *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 7.3 (2021).
- Hidayat, Rahmat. "Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu "Laskar Pelangi" Karya Nidji." *eJournal Ilmu Komunikasi. Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman* (2014).
- Jayanegara, I. N. (2017). Semiotika Visual Logo RSUD. Surya Husadha Denpasar. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1(1), 11-16.
- John, [Asril](#), & Waspada, "analisis semiotika logo rumah makan patinku" *Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 3, no.1, (2019) h. 33-43.
- John, J., Asril, A., & Waspada, A. E. B. (2019). ANALISIS SEMIOTIKA LOGO RUMAH MAKAN PATINKU. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 3(1), 33-43.
- Lebang, Yudha Almerio Pratama. "Analisis Semiotika Simbol Kekuasaan Pada Rumah Adat Toraja (Tongkonan Layuk)." *E-Journal Ilmu Komunikasi* 3.4 (2015): 158-172.
- Lee, M. J. (2015). *Kebudayaan Konsumsi & Komoditas (Sebuah Kajian Politik Budaya Konsumen)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Malik, Abdul, Bachrul Restu Bagja, and Raray Istianah. "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi." *Journal of Computer Science and Visual Communication Design* 6.1 (2021): 40-49.
- Marcel Danesi (2010), *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta, Jalasutra.
- Marcel Danesi (2010), *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta, Jalasutra.
- Marcel Danesi, *Pesan; Tanda dan Makna* (Yogyakarta, Jalasutra, 2010), 7
- Mauidah, C. A. (2017). *Pesan-pesan komunikasi Islam dalam tarien tradisional Seudati Aceh (Analisis semiotika)* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Miles, Matthew B. et. al. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Singapore: SAGE Publications Inc.
- Mirawati, Mirawati. "Analisis Semiotika dalam Teks Al-Barzanji." *A Jamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* 8.1 (2019): 31-52.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika dalam film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 125-138.
- Nisa, Ishmatun. "Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi." (2014).

- Noor, J.. (2015). *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Patricia, F. D. (2018). Analisis Semiotika Komunikasi Visual Buku "Memahami Komik" Scott McCloud. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(2).
- Purnama, Baiq Mirna Gita. *Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram*. Diss. Universitas Brawijaya, 2018.
- PURNAMA, Baiq Mirna Gita. *Strategi Media Relations Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Mataram dalam Upaya Pembentukan Citra Kota Mataram*. 2018. PhD Thesis. Universitas Brawijaya.
- Rifainy, H. M. S., Suradana, I. M., Asmawardhani, D., Dwisuryaningsih, B. N. A., & Subardan, I. (2018). Implementasi Visi Kota Mataram Religius, Maju Dan Berbudaya Dalam Budaya Hukum Reposisi Awig-Awig Lingkungan Media Pelestarian Adat Sasak Luwrigama (Studi Kasus Di Lingkungan Kekalik Kijang Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Mataram). *Media Bina Ilmiah*, 12(10), 489-500.
- Rifainy, H. Muhammad Sabidin, et al. "Implementasi Visi Kota Mataram Religius, Maju Dan Berbudaya Dalam Budaya Hukum Reposisi Awig-Awig Lingkungan Media Pelestarian Adat Sasak Luwrigama (Studi Kasus Dilingkungan Kekalik Kijang Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Mataram)." *media bina ilmiah* 12.10 (2018): 489-500.
- RIFAINY, H. Muhammad Sabidin, et al. Implementasi Visi Kota Mataram Religius, Maju Dan Berbudaya Dalam Budaya Hukum Reposisi Awig-Awig Lingkungan Media Pelestarian Adat Sasak Luwrigama (Studi Kasus Dilingkungan Kekalik Kijang Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Mataram). *Media Bina Ilmiah*, 2018, 12.10: 489-500.
- Salmah, Emi.
- Sartini, N. W. (2011). Tinjauan teoritik tentang semiotik. dalam Jurnal Unair.
- Sauri, "Membangun Karakter Melalui Pembinaan Profesionalisme Guru Berbasis Pendidikan Nilai". *Jurnal Pendidikan Karakter*, 2, (2010), 1-15.
- Setiawan, Andri. *ANALISIS SEMIOTIKA PAPAN REKLAME PADA IKLAN KAMPANYE POLITIK 2 KANDIDAT CALON WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA SURABAYA TAHUN 2020*. Diss. Universitas Bhayangkara Surabaya, 2021.
- Sudarto, Anderson Daniel, Jhony Senduk, and Max Rembang. "Analisis Semiotika Film "Alangkah Lucunya Negeri Ini". " *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 4.1 (2015).
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suherdiana, D. (2008). Konsep Dasar Semiotika Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(12), 371-407.
- Suherdiana, Konsep Dasar Semiotika Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 4, no.12 (2008). 371-407
- Susilawati, N. (2016). *Implementasi Rekomendasi Komisi Kebenaran Dan Persahabatan (KKP) Indonesia-Timor Leste Bagi Keberlanjutan Rekonsiliasi Dan Perdamaian Bilateral* (Tesis). Belum Dipublikasikan.
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 5(1).
- Tyas, F. Y. (2013). Analisis semiotika motif batik khas Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 328-339.
- Wahyuningsih, S. (2014). Kearifan budaya lokal Madura sebagai media persuasif (analisis semiotika komunikasi Roland Barthes dalam iklan Samsung Galaxy versi Gading dan Giselle di pulau Madura). *SOSIO-DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 1(2), 171-180. Yogyakarta