

Analisis Logo Gereja Kristen Indonesia (GKI) Berdasarkan Semiotika Charles Sanders Pierce dan Ikonografi Erwin Panofsky

Oleh: Daniel Andy Pradana¹ dan Ratno Suprpto²

Desain Komunikasi Visual

Universitas Pembangunan Jaya

Email: daniel.andyprada@student.upj.ac.id¹, ratno.suprpto@upj.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis logo Gereja Kristen Indonesia (GKI) melalui teori semiotika oleh Charles Sanders Pierce, dan ikonografi Erwin Panofsky. Permasalahan yang diusut adalah keterbatasan dalam kajian akademik desain komunikasi visual mengenai logo GKI sebagai identitas visual. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur, analisis dokumen GKI disertai wawancara, dan analisis visual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa logo GKI berjenis pictorial mark, yang terdiri dari elemen salib, perahu, gelombang, disertai huruf Yunani Alfa dan Omega. Setiap elemen pada logo GKI memiliki tanda simbolik-ikonik dan interpretasi yang berdasarkan Alkitab Kristen dan makna berpusat pada kasih dan pengorbanan Tuhan yang mendampingi jemaat GKI. Hasil analisis ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian desain komunikasi visual dalam konteks identitas visual organisasi keagamaan.

Kata kunci: GKI, Ikonografi, Logo, Semiotika

PENDAHULUAN

Identitas visual adalah sistem simbol dan elemen grafis yang berfungsi untuk merepresentasikan esensi organisasi dan membedakannya dari entitas lain. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan indikasi visual seperti nama, logo, warna, dan tipografi (Gregersen & Johansen, 2022; Laba, 2024). Logo merupakan komponen utama identitas visual yang berfungsi sebagai pintu masuk yang menghubungkan persepsi publik dengan prinsip dan karakteristik organisasi (Paget & Wheeler, 2017). Gereja Protestan dan organisasi agama lainnya telah menggunakan sistem identitas visual sebagai cara untuk mengidentifikasi organisasi dan menyampaikan prinsip-prinsip kepercayaannya (Chung, 2025; Shirley, 2013).

LATAR BELAKANG

Gereja Kristen Indonesia (GKI) adalah salah satu denominasi Protestan di Indonesia yang mengikuti tradisi Reformed/Calvinis (Batlajery, 2017; Singarimbun, 2021), dengan struktur organisasi yang terdesentralisasi di bawah sinode (Aritonang & Steenbrink, 2008). GKI memiliki logo resmi yang terbentuk dari empat elemen, yaitu gelombang, perahu, salib, serta dua huruf Yunani Alfa dan Omega. Logo ini diyakini mempunyai makna teologis dan institusional yang mencerminkan identitas GKI secara keseluruhan. Namun, analisis terhadap penggunaan logo di situs web cabang-cabang GKI di bawah Sinode GKI Jawa Barat menunjukkan adanya Inkonsistensi terhadap penggunaan warna logo, tipografi, dan bahkan desain logo di antara cabang-cabang tersebut. Kondisi ini menandakan makna dan bentuk visual logo belum dipahami atau dikomunikasikan secara konsisten, serta tidak ada pedoman identitas visual resmi yang tersedia di tingkat sinode dan bisa diakses oleh umum.

Inkonsistensi ini menjadi persoalan yang lebih mendasar ketika diperhatikan bahwa makna yang terkandung dalam logo GKI belum pernah ditelaah secara formal dalam literatur akademik, khususnya di bidang desain komunikasi visual. Logo sebagai tanda visual memiliki dimensi makna yang bisa dibaca secara sistematis, baik melalui

pendekatan semiotika tanda Peirce (Chandler, 2022) maupun dalam analisis ikonografi Panofsky (Cassidy, 1995). Adanya keterbatasan penelitian resmi mengenai makna logo GKI adalah celah yang perlu diisi, dan menjadi landasan bagi upaya standarisasi identitas visual GKI di masa yang mendatang. Penelitian ini bertujuan menelaah logo GKI melalui dua kerangka analisis, yaitu semiotika trikotomi tanda Peirce dan analisis ikonografi tiga tingkat Panofsky, untuk mengungkap makna teologis dan institusional yang terkandung dalam logo tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini merumuskan 3 buah rumusan masalah yang berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang. Rumusan masalah ini diterapkan dalam penelitian ini adalah bagaimana makna dan persepsi tanda dalam logo GKI. Rumusan masalah terdiri dari sebagai berikut:

1. Apa saja unsur semiotik yang membentuk logo GKI dan bagaimana fungsinya sebagai tanda?
2. Makna teologi apa saja yang tertanam dalam logo pada tingkat pra-ikonografi, ikonografi, dan ikonologi?
3. Bagaimana bentuk visual logo berkaitan dengan makna institusional dan teologis yang dimaksudkan?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap akan 3 tujuan:

1. Untuk mengetahui untuk semiotika Peirce yang terdapat pada logo GKI.
2. Untuk menelusuri lapisan makna ikonografi dan ikonologi logo tersebut menggunakan kerangka analisis Panofsky.
3. Untuk mengetahui bagaimana bentuk logo antara makna institusi dan teologis yang dimaksudkan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika untuk menganalisis makna visual dalam logo (Aiello, 2020; Qoriah, 2020; Sommer, 2021). Objek penelitian adalah logo dasar Sinode Gereja Kristen Indonesia, khususnya varian universal hitam-putih yang diambil dari laman resmi sinode GKI. Data primer penelitian berupa wawancara dan konfirmasi langsung dengan Yosafat Prasanda Hanaryo dengan posisi sebagai penatua dan calon pendeta dari GKI Villa Melati Mas, Tangerang Selatan, pada saat penelitian ini dibuat. Data sekunder berupa observasi visual logo serta studi literatur mengenai semiotika Charles Sanders Peirce dan ikonografi Erwin Panofsky. Pendekatan Panofsky digunakan karena logo gerejawi memuat simbol-simbol yang perlu ditafsirkan melalui hubungan antara motif visual, teks, dan konteks teologis Kristen. Pendekatan Panofsky didukung menggunakan referensi *Alkitab Terjemahan Baru Edisi Kedua*, dari Lembaga Alkitab Indonesia (2023) sebagai terjemahan Bahasa Indonesia dan *New Revised Standard Version Updated Edition* (2021) sebagai referensi terjemahan dalam Bahasa Inggris.

Menurut Mollerup (1999) dalam Foroudi dkk. (2017) logo merupakan elemen visual yang membedakan suatu merek atau organisasi melalui kombinasi warna, tipografi, nama, dan desain. Wheeler menyebut logo sebagai pintu masuk utama menuju merek karena hadir di berbagai media komunikasi organisasi (Paget & Wheeler, 2017). Sedangkan Wheeler dan Meyerson (Wheeler & Meyerson, 2024) mengklasifikasikan logo dalam beberapa bentuk, yaitu *wordmarks*, *letterforms*, *pictorial marks*, *abstract marks*, dan *emblems*. Praktik identitas visual juga diterapkan dalam institusi keagamaan. Penelitian menunjukkan bahwa gereja mengadopsi sistem identitas visual untuk membentuk identitas organisasional dan mengomunikasikan nilai teologis secara visual (Shirley, 2013). Meskipun demikian, belum ditemukan penelitian akademik yang secara

khusus menganalisis logo GKI, termasuk dalam literatur desain komunikasi visual maupun kajian sejarah kekristenan Indonesia mengenai GKI (Hoon, 2016; Setiabudi, 1995).

Dalam *Semiotics: The Basics*, Charles Sanders Peirce mengemukakan model tanda triadik yang terdiri dari representamen, object, dan interpretant (Chandler, 2022). Representamen adalah bentuk visual yang terlihat secara langsung, *object* adalah sebuah tujuan dari representasi visual, sedangkan interpretant adalah efek atau makna yang ditimbulkan dari tanda kepada yang melihatnya. Peirce membagi relasi tanda menjadi *symbolic*, *iconic*, dan *indexical*. Relasi *symbolic* terbentuk melalui kesepakatan budaya, *iconic* melalui kemiripan, sedangkan *indexical* melalui hubungan langsung antara tanda dan objek (Chandler, 2022; Cuypere, 2008). Teori ikonografi Erwin Panofsky menjelaskan tiga tahap analisis visual, yaitu pra-ikonografi, ikonografi, dan ikonologi (Cassidy, 1995). Pra-ikonografi berfokus pada identifikasi unsur visual dasar, ikonografi pada hubungan makna dengan sumber atau simbol budaya, sedangkan ikonologi menafsirkan karya dalam konteks sosial, filosofis, dan teologis yang lebih luas (Bühren & Jasiński, 2024; Hatt & Klonk, 2025). Objek penelitian ini adalah logo Gereja Kristen Indonesia, maka dari itu semiotika Pierce memberikan pandangan melalui observasi tanda, lalu ikonografi Panofsky membantu konteks melalui referensi kitab suci dan tradisi Kristen. Wawancara dan buku *Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (2023) memberikan perspektif mengenai interpretasi dan makna yang sudah ditujukan dari institusi.



Gambar 1.1 Logo Gereja Kristen Indonesia
(Source: sinodekgki.org)

Contoh Implementasi Logo dan Tipografi Antar 3 Cabang GKI



(Gambar 1.2 Source: gkisamanhudi.org)



(Gambar 1.3 Source: gkigadingserpong.org)



Gambar 1.4 (Source: linktr.ee/infogkivimel)

ANALISA DATA

Dalam wawancara dengan Penatua Yosafat Prasanda Hanaryo, memberikan informasi berupa makna logo yang ditujukan gereja melalui buku *Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia*. Dokumen ini umumnya, didapat oleh anggota jemaat yang menjabat menjadi penatua di gereja. Hasil makna logo menurut GKI dibagi menjadi per elemen dengan maknanya yang mereferensikan peristiwa dan konteks Alkitab. Namun dalam buku tersebut masih ada kekurangan. Berdasarkan wawancara, penatua menyebutkan jika elemen tersebut memiliki referensi dalam Alkitab namun dalam buku tersebut tidak disebutkan mereferensikan ayat atau lokasi spesifik dalam Alkitab, atau pun penjelasan yang mendetail mengenai logo.

Elemen	Makna Menurut Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen
Perahu	Perahu melambangkan gereja Tuhan yang bergerak maju memenuhi tugas panggilannya di dunia dan pengakuan GKI sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari gereja-gereja Tuhan untuk mewujudkan Gereja Yang Esa di Indonesia dan di dunia.
Salib	Salib melambangkan kasih dan pengurbanan Tuhan Yesus Kristus yang menentukan jalan hidup GKI.

Gelombang	<i>Gelombang melambangkan dunia yang penuh tantangan dan peluang ke mana GKI diutus.</i>
Huruf Alfa dan Omega	<i>Alfa dan Omega melambangkan Tuhan Allah yang kekal, yang berkuasa menetapkan dan menyertai seluruh perjalanan GKI.</i>

Pertama, elemen salib pada pusat logo, digambarkan berdiri berada di atas perahu. Logo menggambarkan secara langsung bentuk salib (*representamen*) yang mengacu pada peristiwa penyaliban Yesus Kristus (*object*) pada tradisi dan kitab suci Kristen, menghasilkan pemahaman akan penebusan dan keselamatan umat manusia (*interpretant*). Pra-ikonografi elemen salib di sini digambarkan yang diposisikan di atas perahu, dengan ujung-ujungnya yang menunjuk ke luar, berproporsi simetris vertikal, dan dititikkan pada pusat logo GKI. Ikonografi dalam elemen salib ini mengacu pada peristiwa penyaliban yang bermakna kasih dan pengorbanan Yesus Kristus. Kitab Yohanes 3: 16 menjelaskan bahwa Yesus Kristus diutus karena kasih Allah pada dunia supaya yang percaya tidak akan binasa dan memperoleh hidup yang kekal. Lalu ditegaskan kembali pada kitab Roma 5: 8, bahwa Yesus Kristus telah berkorban karena kasih Allah pada manusia. *Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (2023) Bab V, Pasal 12 menyebutkan bahwa salib melambangkan kasih dan pengorbanan Tuhan Yesus Kristus yang menentukan jalan hidup GKI. Hal ini dikonfirmasi pula melalui wawancara dengan Penatua GKI. Ikonologi pada salib di sini bukan sekadar objek salib itu sendiri, namun sebagai simbol kasih dan pengorbanan Tuhan Yesus Kristus pada umat manusia. Untuk jenis relasi tanda salib adalah simbolik-ikonik. Ikonik karena relasi tanda secara ikonik terlihat dari bentuk visual garis vertikal dan horizontal yang bersilangan (*representamen*), lalu bentuk geometris ini secara langsung menyerupai bentuk fisik salib kayu yang digunakan pada masa Romawi (*object*). Simbolik karena relasi tanda berubah menjadi simbolik ketika bentuk salib fisik tersebut diinterpretasikan sebagai penebusan dosa dan kasih pengorbanan Yesus Kristus (*Interpretant*). Pemaknaan ini tidak terlahir dari bentuk palang kayunya itu sendiri, melainkan dari konvensi iman dan sejarah Kekristenan.

Kedua, elemen perahu yang bisa terlihat cukup jelas karena bentuknya geometris. Logo menggambarkan perahu, yang terdapat salib di atasnya (*representamen*). Perahu ini mencirikan sebagai gereja atau jemaat yang bergerak menjalankan misi (*object*). Perahu ini menghasilkan makna semiotika bahwa perahu adalah jemaat gereja Kristen (*interpretant*) dengan relasi bentuk simbolik, sama seperti salib. Pra-ikonografi perahu ini digambarkan di tengah logo, dengan ujung perahu lebih condong ke kanan, ketebalan sama dengan salib, digambarkan secara geometris dasar segitiga sederhana. Ikonografi pada perahu menurut kitab Markus 1:16-17, dan Lukas 5:1-11 yang menceritakan awal mula Yesus Kristus memanggil nelayan-nelayan di Danau Galilea (danau di perbatasan Israel, Tepi Barat, dan Yordania) untuk menjadi murid-muridnya, yang tujuannya mengabarkan injil Yesus Kristus pada saat ini menjadi jemaat-jemaat Kristen di seluruh dunia. *Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (2023) Bab V, Pasal 12 dan wawancara menyatakan perahu menjadi jemaat Tuhan yang bergerak maju memenuhi tugas panggilannya di dunia, dan pengakuan GKI sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari gereja-gereja Tuhan untuk mewujudkan Gereja Yang Esa di Indonesia dan di dunia. Ikonologi pada perahu ini menggambarkan jemaat Tuhan yang terus bergerak mengikuti ajaran-ajaran Yesus Kristus yang diturunkan melalui murid-muridnya. Relasi tanda perahu secara ikonik, menggunakan garis pembentuk bangun datar yang menyerupai lambung kapal (*representamen*). Secara visual, siapa pun yang melihatnya akan mengasosiasikan gambar tersebut dengan benda fisik berupa perahu atau kapal (*object*), serta simbolik karena perahu ini memiliki relasi simbolik karena pemaknaannya sebagai gereja atau jemaat yang sedang bergerak menjalankan misi (*interpretant*) merupakan sebuah metafora. Makna ini disepakati melalui tradisi Alkitab, seperti pemanggilan nelayan menjadi penjala manusia, dan ditegaskan melalui dokumen GKI.

Ketiga, elemen gelombang yang berada di bagian bawah logo. Logo menggunakan gelombang dengan bentuk dua garis melengkung di bawah perahu (*representamen*). Gelombang ini mencirikan sebuah goyangan tidak stabil ketika berjalan ke suatu tempat (*object*). Gelombang ini menghasilkan makna bahwa gelombang menjadi kondisi yang tidak menentu bagi perahu (jemaat) yang sedang bergerak (*interpretant*). Pra-ikonografi dimulai dengan bentuk rupa gelombang sederhana yang melengkung di

bawah perahu secara horizontal dengan ketebalan yang sama dengan perahu dan salib, proporsinya tidak simetris, namun masih diletakkan di tengah logo. Gelombang, dalam tahap ikonografi, disebutkan beberapa kali, terutama ketika murid-murid Yesus menggunakan perahu untuk berlayar dan dihadapkan dengan ombak-ombak besar. Pada Matius 8:23–27, Markus 4:35–41, dan Lukas 8:22–25 menceritakan ketika Yesus meredakan ombak ketika berada di dalam perahu bersama murid-muridnya, namun pada kitab Matius 14:22–33, Markus 6:45–52, Yohanes 6:16–21 menyebutkan para murid sedang dalam perahu pada malam hari dan ada angin kencang dan laut pun menjadi bergelombang. Yesus mendatangi mereka dengan berjalan di atas air, tapi hanya Kitab Matius menceritakan Petrus juga berjalan di atas air. Alkitab menggambarkan perihai gelombang air sebagai sebuah kondisi yang tidak stabil, menggoyahkan ketenangan orang-orang yang berada di atas perahu saat hendak bergerak ke satu tujuan. Tata Gereja dan *Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (2023) Bab V, Pasal 12 dan wawancara mengonfirmasi bahwa gelombang melambangkan dunia yang penuh tantangan dan peluang ke mana GKI diutus. Ikonologi di sini memaknai gelombang sebagai sebuah kondisi yang tidak stabil, menggoyahkan, merusak ketenangan, ketika sedang berjalan ke tempat tujuan dan GKI menggambarkan dunia sebagai lokasi jemaat di utus. Gelombang memiliki relasi ikonik-simbolik karena bentuk dua garis horizontal yang melengkung dan bergelombang (*Representamen*) memiliki kemiripan fisik dengan sifat riak air laut atau ombak (*Object*). Relasi ini menjadi simbolik ketika riak air tersebut dimaknai sebagai dunia yang penuh tantangan, peluang, dan ketidakstabilan bagi jemaat yang sedang berlayar (*Interpretant*). Riak air tidak secara harfiah berarti "dunia yang penuh tantangan" tanpa adanya konteks narasi teologis (seperti kisah Yesus meredakan badai).

Keempat, huruf Yunani Alfa-Omega. Logo GKI menempatkan huruf Alfa dan Omega di latar belakang, terbentuk dengan garis-garis dengan kesan kabur (*representamen*). Alfa-Omega melambangkan yang pertama dan yang terakhir (*object*), artinya menunjuk kepada Tuhan Allah yang kekal melintasi seluruh lini masa (*interpretant*). Merupakan relasi simbolik karena tidak mengacu pada visual huruf Yunani, namun pada kepercayaan teologis abad pertama. Pra-ikonografi menggambarkan Alfa-Omega berada di belakang salib, perahu, dan gelombang dengan rupa garis-garis dan geometri simetris yang disatukan menjadi satu bentuk. Ikonografi pada elemen Alfa-Omega memiliki material Alkitab secara langsung dan harfiah menyebut Alfa dan Omega, yaitu pada Wahyu 1:8 dan 22:13 di mana Tuhan mendeklarasikan diri-Nya sebagai Alfa dan Omega secara langsung, yang pertama dan yang terakhir, sebanyak 2 kali dalam satu kitab. Namun, deklarasi pertama dan terakhir sudah ada di kitab Yesaya 44:6 ketika Tuhan menyebutkan diri-Nya pertama dan terakhir, walaupun tanpa Alfa-Omega. Tata Gereja dan *Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (2023) serta konfirmasi wawancara menyatakan Alfa-Omega melambangkan Tuhan Allah yang kekal, yang berkuasa menetapkan dan perjalanan GKI. Ikonologi Alfa-Omega menggambarkan simbol tentang Tuhan yang sudah ada melintasi lini masa sehingga disebutkan "yang pertama, dan yang terakhir", GKI menggambarkan kekekalan dan kekuasaan Tuhan yang menentukan tujuan institusi melalui Alfa-Omega. Berbeda dengan ketiga elemen lainnya, huruf Yunani Alfa dan Omega murni memiliki relasi tanda simbolik. Rupa visual huruf Alfa-Omega (*Representamen*) adalah sebuah teks (*Object*) yang tidak memiliki kemiripan fisik apa pun dengan konsep abstrak "awal dan akhir" atau "Tuhan yang kekal" (*Interpretant*). Makna keabadian ini sepenuhnya disepakati dan dipahami melalui konvensi bahasa tertulis dan literatur Alkitab (khususnya Kitab Wahyu).

Tabel Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Logo Gereja Kristen Indonesia					
Bagian elemen logo					
Representamen	Kayu salib	Perahu	Gelombang air	Omega	Alfa
Object	Peristiwa Penyaliban Yesus Kristus	Kendaraan bergerak membawa di atas ombak	Gelombang, tidak stabil, bergoyang	Yang terakhir	Yang pertama, permulaan
Interpretant	Penebusan umat manusia	Jemaat yang terus bergerak	Dunia yang tidak stabil, ada tantangan dan peluang	Tuhan yang kekal	
Tipe Relasi Tanda	Ikonik-Simbolik	Ikonik-Simbolik	Ikonik-Simbolik	Simbolik	

KESIMPULAN

Gereja Kristen Indonesia, atau GKI, adalah denominasi gereja Protestan di Indonesia, yang sudah menerapkan identitas visual modern, yaitu dalam bentuk logo. Logo GKI terdiri dari beberapa objek nyata yang digabungkan dan membentuk logo berjenis *pictorial mark*. Analisa makna dari logo GKI didukung melalui teori semiotika Charles Sander Pierce dan ikonografi Erwin Panofsky. Logo GKI terbentuk dari elemen salib, perahu, gelombang air, dan huruf Yunani Alfa dan Omega. Elemen-elemen tersebut memiliki maknanya masing-masing, dengan setiap elemen memiliki makna teologis yang sesuai dengan Alkitab Kristen. Menurut semiotika Pierce, elemen-elemen yang terdapat pada logo GKI memiliki relasi tanda simbolik dan ikonik, artinya setiap elemen mengacu pada beberapa objek asli makna yang mengacu pada sebuah kesepakatan budaya, pada konteks ini yaitu adalah konvensi teologis Kristen. Ikonografi Panofsky mengonfirmasi bahwa elemen logo GKI sejalan dengan bukti tekstual yang tertulis pada Alkitab, terutama pada kitab-kitab Perjanjian Baru yang terpusat pada Yesus Kristus. Jika digabungkan, elemen-elemen ini membentuk logo GKI, yang melambangkan kasih Allah dan keabadian melalui pengorbanan Yesus Kristus, yang menyertai GKI sebagai jemaat Allah di dunia.

Penelitian ini bertujuan sebagai kontribusi akademik bidang desain komunikasi visual dalam mengulas semiotika, analisis ikonografi dan makna dari logo Gereja Kristen Indonesia. Karena walaupun GKI sudah memiliki aplikasi logo sebagai identitas visual, masih ada kekurangan dalam penerapan, konsistensi antar cabang dan kurangnya pendalaman analisis identitas visualnya dalam konteks akademik desain komunikasi visual. Penelitian ini merupakan kajian pertama logo Gereja Kristen Indonesia dalam literatur akademik desain komunikasi visual. Penelitian terbatas pada analisis logo melalui teori semiotika Charles Sanders Pierce, ikonografi Erwin Panofsky dan evaluasi interpretasi yang ditujukan institusi. Penelitian ini dapat membuka peluang bagi penelitian berbasis kajian lanjut atau perancangan, terutama terkait standarisasi logo GKI sehubungan dengan inkonsistensi dalam penerapannya di seluruh cabang-cabang gereja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiello, G. (2020). Visual Semiotics: Key Concepts and New Directions. Dalam L. Pauwels & D. Mannay, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (hlm. 367–380). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781526417015.n23>
- Aritonang, J. S., & Steenbrink, K. (Ed.). (2008). *A History of Christianity in Indonesia* (Vol. 35). Brill. JSTOR. <http://www.jstor.org/stable/10.1163/j.ctv4cbgb1>
- Badan Pekerja Majelis Sinode Gereja Kristen Indonesia. (2023). *Tata Gereja dan Tata Laksana Gereja Kristen Indonesia* (G. Sinaga, Ed.; 1 ed.). Grafika Kreasindo.

- Batlajery, A. M. L. (2017). The Views of Several Indonesian Reformed Theologians Regarding Ecumenicity. *Societas Dei: Jurnal Agama Dan Masyarakat*, 4(1), 32–32. <https://doi.org/10.33550/sd.v4i1.42>
- Bühren, R. V., & Jasiński, M. J. (2024). The invisible divine in the history of art. Is Erwin Panofsky (1892–1968) still relevant for decoding Christian iconography? *Church, Communication and Culture*, 9(1), 1–36. <https://doi.org/10.1080/23753234.2024.2322546>
- Cassidy, B. (1995). Iconography in Theory and Practice. *Visual Resources*, 11(3–4), 323–348. <https://doi.org/10.1080/01973762.1995.9658347>
- Chandler, D. (2022). *Semiotics: The Basics* (4 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003155744>
- Chung, J.-K. (2025). Sacred art and iconography in religious traditions. *Interdisciplinary Cultural and Humanities Review*, 1(4), Article 4(1). <https://doi.org/10.59214/cultural/1.2025.35>
- Cuyper, L. D. (2008). *Limiting the Iconic*. 1–302.
- Foroudi, P., Melewar, T. C., & Gupta, S. (2017). Corporate Logo: History, Definition, and Components. *International Studies of Management & Organization*, 47(2), 176–196. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1256166>
- Gregersen, M. K., & Johansen, T. S. (2022). Organizational-level visual identity: An integrative literature review. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(3), 441–456. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2021-0068>
- Hatt, M., & Klonk, C. (2025). Iconography–iconology: Erwin Panofsky. Dalam *Art history* (hlm. 96–119). Manchester University Press. <https://www.manchesterhive.com/display/9781526192325/9781526192325.00011.xml>
- Hoon, C. Y. (2016). Mapping Chineseness on the landscape of Christian churches in Indonesia. *Asian Ethnicity*, 17(2), 228–247. <https://doi.org/10.1080/14631369.2014.1001161>
- Laba, N. (2024). From image to identity icon: Discourses of organizational visual identity on Australian university homepages. *Discourse & Communication*, 18(5), 768–788. <https://doi.org/10.1177/17504813241241662>
- Lembaga Alkitab Indonesia. (2023). *Teks Alkitab Terjemahan Baru Edisi Kedua* (2 ed.). Lembaga Alkitab Indonesia.
- National Council of the Churches of Christ in the United States of America. (2021). *New Revised Standard Version Updated Edition*. Friendship Press.
- Paget, I., & Wheeler, A. (Hosts). (2017, Oktober 1). *The Steps To Design A Brand Identity, With Alina Wheeler* (No. 10) [Siaran]. LogoGeek. <https://podcasts.apple.com/ie/podcast/the-steps-to-design-a-brand-identity-with-alina-wheeler/id762790918?i=1000392940239>
- Qoriah, M. (2020). An Analysis of Visual Social Semiotics in English Textbook. *Edukasi: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 6–18. <https://doi.org/10.19109/ejpp.v6i2.5518>
- Setiabudi, N. (1995). *The Christian Chinese minority in Indonesia with special reference to the Gereja Kristen Indonesia: A sociological and theological analysis* [Dissertation]. Boston College.
- Shirley, A. T. (2013). Denominational Logos: Religious Symbols or Branding Imagery? *The International Journal of Religion and Spirituality in Society*, 3(2), 47–59. <https://doi.org/10.18848/2154-8633/CGP/v03i02/51047>
- Singarimbun, K. (2021). E-Church as a Virtual Service Communities During COVID-19 Pandemics. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 96–106. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i1.509>
- Sommer, V. (2021). Multimodal Analysis in Qualitative Research: Extending Grounded Theory Through the Lens of Social Semiotics. *Qualitative Inquiry*, 27(8–9), 1102–1113. <https://doi.org/10.1177/1077800420978746>
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding*. John Wiley & Sons.