

**Kumpulan Abstrak Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis Ke-35  
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.  
“Smart Agriculture in Providing Food to Prevent Stunting”  
Pangkep, 11 Oktober 2023**

---

**Visual Semiotics Pierce’s Triadic Model Pada Ikan Hias Injiel Napoleon**

**The Visual Semiotics Pierce’s Triadic Model Of Angel Napoleon**

**Yusri Muhammad Yusuf<sup>1</sup>, Budiman<sup>1</sup>, Rahmayati<sup>1</sup>**

Jurusan Bisnis, Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Pangkep  
\*Korespondensi : yusrimuhammadyusuf748@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi komunikasi berdasarkan bahasa pada ikan hias injiel. Secara umum dapat dipahami sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak atau lebih yaitu Produsen dan konsumen. Sebagai bahasa, maka efektivitas penyampaian pesan tersebut menjadi pemikiran utama seorang pendesain komunikasi visual. Pengambilan data primer diperoleh dengan teknik wawancara secara mendalam kepada produsen dan konsumen ikan hias injiel; dan berupa dokumen teks (daftar hias injiel). Hasil penelitian ini menunjukkan semiotika visual *Pierce* merupakan organ vital dalam tubuh bidang pemasaran ikan hias, selalu menjadi incaran utama di bidang perikanan dijadikan sebagai iklan yang mampu menjadi daya tarik atau memikat perhatian yang tentunya akan berdampak kepada volume penjualan. Wujud sesuatu ikan hias yang ingin direpresentasikan dinamakan dengan Object yang di dalamnya terdiri dari *icon* adalah tanda berdasarkan 2 kemiripan, *indeks* adalah kategori tanda yang dilahirkan berdasarkan sebab dan akibat, sedangkan simbol adalah sistem tanda yang bersifat konvensi. Sebuah tanda yang muncul atau dilahirkan tentu memiliki makna yang memungkinkan seseorang untuk menafsirkannya disebut dengan interpretan. Penafsiran yang masih bersifat kemungkinan disebut dengan *Theme* suatu penafsiran apabila sudah memiliki suatu kebenaran dinamakan dengan *disent* sedangkan *argument* adalah kebenaran suatu tanda yang ditafsirkan sudah sesuai dengan konsep dan aturan secara umum atau konvensi. Selama proses pemasaran ada hal penting yang tidak boleh diabaikan, yaitu persepsi konsumen mengenai kualitas pemasaran.

**Kata kunci:** visual, semiotika, object, interpretan.

**Abstract**

This research aims to determine the perception of communication based on language in the Gospel ornamental fish. In general, it can be understood as a process of sending and receiving messages that occur between two or more parties, namely producers and consumers. As a language, the effectiveness of conveying the message was the main thought of a visual communication designer. Primary data collection was obtained using in-depth interview techniques with producers and consumers of Gospel ornamental fish; and in the form of a text document (a list of the gospels). The results of this study indicate that Pierce’s visual semiotics was a vital organ in the body of the marketing field of ornamental fish, which has always been the main target in the field of fisheries as an advertisement that was able to attract or attract attention which will certainly have an impact on sales volume. The form of an ornamental fish that you want to represent was called an Object which consists of an icon which was a sign based on 2 similarities, an index was a sign category that was born based on cause and effect, while a symbol was a sign system that was convention. A sign that appears or was born certainly has a meaning that allows someone to interpret it, which was called an interpretant. Interpretations that are still probable are called Themes. An interpretation if it already has a truth was called dissent, while an argument was the truth of a sign that was interpreted in accordance with general concepts and rules or conventions. During the marketing process there are important things that cannot be ignored, namely perception. consumers regarding marketing quality.

**Keyword:** visual, semiotic, object, interpretant.

## **PENDAHULUAN**

Sejak awal sejarah penciptaan manusia di alam raya ini, komunikasi antar manusia adalah bagian yang paling penting dalam berinteraksi. Selain ungkapan berupa kata, unsur rupa sangat berperan dalam kegiatan berkomunikasi tersebut.

Menurut (Nathalia, 2015) komunikasi sebenarnya dapat dipahami melalui berbagai konteks yaitu pengertian komunikasi berdasarkan bahasa, verbal, diskusi, media massa, kode/morse/semaphore, body language dan tulisan. Namun, istilah komunikasi secara umum dapat dipahami sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Sebagai bahasa, maka efektivitas penyampaian pesan tersebut menjadi pemikiran utama seorang pendesain komunikasi visual. Untuk itu, sang desainer haruslah memahami betul seluk beluk pesan yang ingin disampaiannya, mengetahui kemampuan menafsir, kecenderungan dan kondisi, baik fisik maupun jiwa dari manusia kelompok masyarakat yang menjadi sasarannya, dan harus dapat memilih jenis bahasa dan gaya bahasa yang serasi dengan pesan yang dibawakannya, dan tepat untuk dapat dibicarakan secara efektif (jelas, mudah, dan mengesankan) bagi si penerima pesan. Komunikasi visual sebagai suatu sistem pemenuhan kebutuhan manusia di bidang informasi visual melalui lambang-lambang kasat mata, dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat. Hampir di segala sektor kegiatan, lambang-lambang, atau simbol-simbol visual hadir dalam bentuk gambar, sistem tanda, corporate identity, sampai berbagai display produk di pusat pertokoan dengan aneka daya tarik. Gambar merupakan salah satu wujud lambang atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti: garis, warna, dan komposisi. Keberadaannya dikelompokkan dalam kategori bahasa komunikasi non verbal, ia dibedakan dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan ataupun ucapan. Di dalam rancang grafis yang kemudian berkembang menjadi desain komunikasi visual banyak memanfaatkan daya dukung gambar sebagai lambang visual pesan, guna mengefektifkan komunikasi. Upaya mendayagunakan lambang-lambang visual berangkat dari premis bahwa bahasa visual memiliki karakteristik yang bersifat khas bahkan sangat istimewa untuk menimbulkan efek tertentu pada pengamatnya. Hal demikian ada kalanya sulit dicapai bila diungkapkan dengan bahasa verbal.

Semiotika visual merupakan organ vital dalam tubuh bidang pemasaran, selalu menjadi incaran utama di bidang periklanan dijadikan sebagai iklan yang mampu menjadi daya tarik atau memikat perhatian yang tentunya akan berdampak kepada volume penjualan. Selama proses pemasaran ada hal penting yang tidak boleh diabaikan, yaitu persepsi konsumen mengenai kualitas pemasaran. Menurut (Suwandi, 2018) yang beranggapan bahwa, penggunaan bahasa yang efektif dalam bidang pemasaran dapat dijadikan sebagai sarana promosi produk, menarik perhatian pembeli, mudah diingat dan menjadi kekuatan dalam penjualan (selling power). Salah satu komponen kualitas pemasaran diantaranya memiliki brand atau merek yang terkenal dan terpercaya. Salah satu inovasi dan kreatifitas dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas pemasaran diantaranya melalui pendekatan linguistik.

Keterkaitan antara bidang pemasaran dan bahasa (linguistik) terlihat dari berbagai kajian selama kurun waktu hampir 30 tahun terakhir. Menurut (Yusri, 2022) bahwa, selain makna denotasi dan makna konotasi yang menarik pada suatu objek benda, kajian linguistik dapat membuktikan bahwa mitos yang melekat pada penamaan ikan menjadikannya hewan buruan kolektor dan memiliki nilai jual yang tinggi. Dari sekian banyak kajian, hasil temuan menyimpulkan bahwa peran bahasa yang efektif untuk pemasaran baik barang maupun jasa harus dijadikan pertimbangan dalam pemasaran. Sedangkan hasil temuan (Damayanti dan Maharani, 2011) bahwa, Globalisasi menjadi

suatu kata yang tepat untuk menggambarkan fenomena dimana perkembangan teknologi terjadi sangat pesat dan tingkat mobilitas yang tinggi dari umat manusia diseluruh dunia. Bagi sebagian besar manusia, dampak positif yang timbul dari keberadaan globalisasi telah memberikan kemudahan dan manfaat yang optimal dalam pelaksanaan berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Dalam konteks interaksi dan hubungan antar negara, globalisasi telah menunjukkan esensinya sebagai suatu keadaan yang dapat memberikan efektifitas dan efisiensi. Hal ini dikarenakan globalisasi telah memberikan kesempatan kepada sebagian besar individu untuk dapat berinteraksi dengan individu lain tanpa adanya batasan ruang dan waktu (*transformation of space and time*).

Pada penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, nampaknya penelitian mengenai semiotika visual pada karang hias ekspor masih belum mendapat perhatian yang memadai, terlebih dalam kegiatan pemasaran hasil ikan hias, khususnya di CV Reski Bahari Makassar.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik mengusulkan judul penelitian Semiotika Visual Peirce's Triadic Model pada Ikan Hias Injil. Diharapkan dengan menggunakan Semiotika Visual Peirce's Triadic Model dapat menjelaskan bahwa selain bentuk dan warna yang menarik pada ikan hias, kajian semiotika memiliki peran penting yang melekat pada penamaan ikan, menjadikannya hewan buruan kolektor serta memiliki nilai jual yang tinggi.

Berdasarkan permasalahan tersebut rumusan masalah yang akan diselesaikan adalah bagaimana cara menggunakan metode Semiotika Visual Peirce's Triadic Model pada Ikan Hias Injil

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah menemukan cara menggunakan metode Semiotika Visual Peirce's Triadic Model pada Ikan Hias Injil

Adapun manfaat pada penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi keilmuan pada bidang kajian penamaan ditinjau dari perspektif linguistik dan semiology.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Rezky Bahari, Penentuan lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan CV. Rezky Bahari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perikanan khususnya ikan hias.

Jenis data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data berupa hasil observasi lapangan dan catatan hasil wawancara Pimpinan CV, karyawan dan mahasiswa praktek. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari nama-nama ikan Hias Injeil dari CV. Rezky Bahari, bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, dan buku yang ada kaitannya dengan penamaan ikan hias injil.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik rekam dan catat. Dalam penelitian ini, teknik rekam dilakukan dengan cara memotret dengan kamera handphone ikan hias laut yang ada di wilayah desa Tamarupa kecamatan Mandalle kabupaten Pangkajene Kepulauan. Handphone yang digunakan merekam merek vivo y15 1603 dengan kapasitas kamera utama 13 megapixel, kamera selfie 16 megapixel, dan kualitas layar HD+. Teknik selanjutnya adalah mencatat nama-nama ikan hias laut yang telah direkam. Objek penelitian peneliti adalah bahasa tertulis, maka teknik lanjutan digunakan adalah teknik catat, yaitu mencatat nama-nama ikan hias laut yang telah direkam melalui kamera handphone.

Langkah selanjutnya adalah foto ikan hias laut yang terkumpul dipilih dan dikelompokkan. Pengklasifikasian data dilakukan dengan enam teknik, yaitu a) pemotretan, b) pengklippingan, c) penomoran, d) pengodean, e) pengklasifikasian, dan f) pendokumentasian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

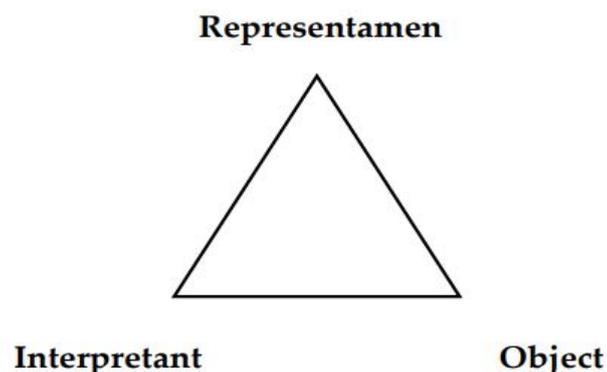
Pada bagian tinjauan pustaka ini akan dibahas tiga hal pokok, yakni: 1) Semiotika Visual, 2) Ikan Injil, 3) Metode Interpretan Charles Sanders Peirce

### Semiotika Visual

Charles Sanders Peirce (dalam Sumbo Tinarbuko, 2003), menandakan bahwa kita hanya dapat berpikir dengan medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda. Tanda dalam kehidupan manusia bisa tanda gerak atau isyarat. Lambaian tangan yang bisa diartikan memanggil atau anggukan kepala dapat diterjemahkan setuju. Tanda bunyi, seperti tiupan peluit, terompet, genderang, suara manusia, dering telepon. Tanda tulisan, di antaranya huruf dan angka. Bisa juga tanda gambar berbentuk rambu lalu lintas, dan masih banyak ragamnya.

Filsuf kognitif Amerika, Peirce, menyajikan model triadik untuk produksi makna pada Gambar dibawah.

Gambar 1. Peirce's triadic model



Peirce (dalam Sumbo Tinarbuko, 2003) menjelaskan bahwa, "A sign... (In the form of a representamen) is something which stands to somebody for something in some respect or capacity. It addresses somebody, that is, creates in the mind of that person an equivalent sign, or perhaps a more developed sign. That sign which it creates I call the interpretant of the first sign. The sign stands for something, its object. It stands for that object, not in all respects, but in reference to a sort of idea, which I have sometimes called the ground of the representamen

(Yusuf, 2019) menegaskan bahwa tanda adalah sesuatu representasi seseorang untuk sesuatu yang di dalamnya terdapat rasa hormat atau kapasitas. Hal tersebut ditujukan kepada seseorang yaitu, menciptakan dalam pikirannya sebuah tanda setara, atau mungkin tanda yang lebih berkembang. Tanda yang terbentuk itu disebut interpretant dari tanda pertama, tanda objeknya yang mengacu pada semacam ide, yang adakalanya disebut sebagai *representamen*

Merujuk teori Peirce diatas, maka tanda-tanda dalam seekor ikan dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotik. Tanda tersebut berupa ikon, indeks dan simbol. Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat pula dikatakan, tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. Misalnya, foto ikan sebagai logo pada lambang adalah ikon dari Jurusan Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.

### **Ikan Injel**

Ikan injel (Pomacathodae) merupakan ikan berukuran kecil hingga sedang yang diantara terumbu karang yang memiliki kerabat dekat dengan ikan kepe (Chaetomtidae) dan ikan jenis ini ketika beranjak dewasa akan bersembunyi di karang (Kasmi, Sulkifli *and* Asriany, 2022). Berikut adalah gambar ikan injel:



*Gambar 1. gambar ikan injel*

Beberapa jenis ikan hias injel diantaranya: Injel Asli (*Apolemichthys trimaculatus*), Injel Model (*Centropyge bispinosus*), Injel Belo (*Genicanthus bellus "m"*), Injel Napoleon (*Pomacanthus xanthometopon "j"*), Injel Batman (*Pomacanthus imperator*), Injel Maria (*Centropyge aurantius*), Injel BK (*Centropyge bicolor*), Injel Hitam (*Centropyge tibicen*), Injel Doreng (*Pygoplites diacanthus*).

### **Metode Interpretan Pierce**

Merujuk Metode Model tanda objek dari Pierce (Yusri, 2022) menjelaskan bahwa *interpretant* merupakan sebuah ikon dalam upayanya mereproduksi dalam konkret struktur relasi yang abstrak di antara unsur-unsurnya. Dapat pula dikatakan sebagai ikon atau tanda yang memiliki ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan. Misalnya: Foto atau gambar Soekarno pada hari kemerdekaan Republik Indonesia Ke-76 adalah sebagai ikon seorang presiden pertama di Indonesia atau bapak orator Indonesia, bukan merupakan ikon memperingati individu Soekarno. Peta Indonesia adalah ikon dari wilayah Indonesia yang tergambar dalam peta tersebut. Cap jempol Soekarno adalah ikon dari ibu jari presiden pertama Indonesia.

Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang diwakilinya. Atau disebut tanda sebagai suatu bukti. Contohnya: asap dan api, asap akan menunjukkan adanya api disekitarnya. Jejak telapak kaki di tanah merupakan tanda indeks orang yang melewati tempat itu. Tanda tangan (signature) adalah indeks dari keberadaan seseorang yang menoreh tanda tangan tersebut.

Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya.

Contohnya: Garuda Pancasila bagi bangsa Indonesia adalah burung yang memiliki perlambang yang kaya makna. Namun bagi orang yang memiliki latar budaya yang berbeda, seperti orang

eskimo, Garuda Pancasila akan dianggap sebagai burung yang biasa saja yang disamakan dengan burung-burung sejenis elang lainnya.

Wujud sesuatu yang ingin direpresentasikan dinamakan dengan *Object* yang di dalamnya terdiri dari *icon* adalah tanda berdasarkan dua kemiripan, indeks adalah kategori tanda yang dilahirkan berdasarkan sebab dan akibat, sedangkan *simbol* adalah sistem tanda yang bersifat konvensi. Sebuah tanda yang muncul atau dilahirkan tentu memiliki makna yang memungkinkan seseorang untuk menafsirkannya disebut dengan *interpretan*. Penafsiran yang masih bersifat kemungkinan disebut dengan *Theme* suatu penafsiran apabila sudah memiliki suatu kebenaran dinamakan dengan *disent* sedangkan *argument* adalah kebenaran suatu tanda yang ditafsirkan sudah sesuai dengan konsep dan aturan secara umum atau konvensi.

**Analisis Pierce pada Ikan Angel Napoleon**

- Angel Napoleon (*Pomacanthus xanthurus*)
- Famili : Labridae
- Genus : Angel fish
- Spesies : *C. Undulatus*
- Nama dagang : Angel Napoleon

Visual Foto 1

(Sumber: CV Rezeki Bahari)



<p><b>Object</b> (kemiripan)</p>	<p>Istilah ikan <i>angel napoleon</i> ditemukan di beberapa daerah karena dari masa ke masa ideologi yang dikandung tidak mengalami perubahan. Di luar negeri, ikan ini disebut orang Australia dengan nama <i>humphead maori wrasse</i>, yang bagian mukanya tepatnya di belakang mata mempunyai guratan-guratan yang menyerupai hiasan muka orang Maori. Maori merujuk pada makhluk-makhluk hidup yang berbeda dari Dewa. Angel napoleon berarti seekor ikan yang membawa keberuntungan karena warnanya yang cantik, eksotis, harganya yang mahal dan tidak dapat di budi dayakan. Kepalanya yang besar menonjol kedepan, menginspirasi nelayan-nelayan di Amerika untuk memberikan nama ikan napoleon, diambil dari nama seorang panglima besar Prancis yang juga memiliki bentuk kepala (jidat) menonjol ke depan, bibirnya menebal sehingga biasanya dijuluki ikan monyong atau ikan Mick Jagger (musikus rock berkebangsaan Inggris). Para penyelam biasanya</p>
----------------------------------	--

	<p>menemukan ikan ini berenang sendiri pada daerah sekitar karang di dasar perairan sampai pada kedalaman lima puluh meter, sangat jinak dan tidak terusik dengan aktivitas para penyelam. Untuk di Indonesia sendiri penamaan ikan angel napoleon di berbagai daerah beragam, seperti di Kepulauan Derawan (Kalimantan Timur) ikan ini dikenal dengan nama lokal <i>bale-bale</i>. Ikan bale-bale berarti ikan kecil yang cantik dan unik. Di Kepulauan Karimun (Jawa Tengah) ikan ini dinamai ikan Lemak, di Kabupaten Nunukan dan Kabupaten Tawau (Kalimantan Utara) ikan ini dinamai ikan licin, mereka menganggap bahwa tubuh ikan jenis ini berminyak dan sulit di pegang.</p> <p>Di perairan Sulawesi Selatan, masyarakat nelayan Kabupaten Sinjai menyebutnya dengan nama ikan <i>langkowe</i> (punuk), karena di belakang kepala ikan terdapat benjolan seperti punuk unta. Lain halnya masyarakat nelayan di Kabupaten Barru mengenalnya dengan nama Ikan <i>babattani</i> karena jenis ikan ini terdapat babat atau tanda lahir di bagian ekor. Di Kabupaten Selayar disebut ikan batu karena ikan ini hidup disekitar turumbu karang dan di Kabupaten Sinjai (Bikeru) masyarakat nelayan menyebutnya ikan cambang-cambang karena jenis ikan ini terdapat cambang (rambut yg tumbuh di pipi). Nama ikan jenis angel napoleon, tidak mengalami perubahan Ideologi yang dikandung, meskipun ada perbedaan pengistilahan tetapi rujukannya masih tetap pada ciri khas yang merujuk kepada ikan angel napoleon.</p>
<b>Indeks</b> (sebab akibat)	<p>Kolektor tertarik untuk memiliki jenis ikan angel napoleon karena bentuk kepala yang menyerupai seorang panglima perang Prancis Napoleon Bonaparte, bibir yang unik dan warna tubuh ikan angel napoleon yang memunculkan ideologi tertentu bagi para peminatnya. Di Hongkong daging ikan napoleon yang lezat dan lembut bahkan dijadikan simbol status sosial dan ekonomi bagi yang memakannya</p>
<b>Simbol</b> (Interpretan, konvensi)	
	<b>Rheme</b> (kemungkinan)
	<p>Maori merujuk pada makhluk-makhluk hidup yang berbeda dari Dewa. Ikan angel napoleon sebagai malaikat cantik pembawa keberuntungan,</p>

	<p><b>Disent</b> (penafsiran yang memiliki kebenaran)</p>	<p><i>Angel</i> (malaikat cantik) Hal tersebut ditunjukkan pada wawancara dengan Mauli Kasmi (29 Desember 2020), menyatakan bahwa pergantian kelamin dan bagaimana perubahan kelamin masih menyimpan misteri, dan kadang-kadang ikan ini juga menghilang dalam waktu yang cukup lama.</p> <p>Visualisasi ikan yang berpenampilan dengan warna yang cantik, eksotis, dan mewah. Sosok ikan dengan gaya dan warna tubuh yang sangat indah dengan guratan-guratan berwarna krem. Warna krem mampu menghilangkan perasaan marah atau tindakan kasar akibat kekecewaan atau kegagalan dalam mencapai tujuan, menenangkan hati dan pikiran, menggambarkan sifat-sifat tulus yang paling menghargai kepraktisan, meskipun dalam situasi kehidupan yang paling sulit sekalipun maka akan berusaha untuk mempertahankan netralitas. Sepuhan sirip-siripnya dengan warna hijau cerah melambangkan alam dan dunia alami yang dianggap mewakili ketenangan, keberuntungan, kesehatan dan menginspirasi kreativitas.</p>
	<p><b>Argument</b> (konvensi)</p>	<p>Pada ikan angel napoleon terdapat fakta bahwa ikan ini sangat sulit ditemukan di alam, tidak dapat di budi dayakan, butuh keahlian penangkapan, menggunakan alat khusus saat penyelaman, dikenal sebagai ikan penjaga terumbu karang dan merupakan satwa yang dilindungi. Sehingga, faktor inilah yang mendatangkan rezeki bagi pemiliknya. Misteri pergantian kelamin terjawab dari beberapa penelitian yang membuktikan bahwa ikan ini mempunyai pola reproduksi yang hermafrodit protogini (memiliki dua alat kelamin), lahir sebagai hewan jantan dan akan berubah menjadi betina saat menjelang dewasa. Sehingga kadang ditemukan dominasi jantan pada satu populasi ikan kecil sampai ukuran sedang dan akan berubah menjadi dominasi populasi betina saat mendekati matang gonad. Ikan angel napoleon jantan ada dua tipe, yakni mereka yang terlahir sebagai jantan dan tetap sebagai jantan sejati sampai akhir hayat, dan mereka yang memulai hidup sebagai betina dan dalam masa kehidupan berikutnya berubah fungsi sebagai jantan. Ini memang fenomena unik di alam yang merupakan salah satu strategi sebagian besar hewan laut untuk</p>

		mempertahankan kehidupan populasi mereka. Jenis ikan ini di jelaskan pada artikel tribunnews.com (25 nopember 2020) ikan angel napoleon termasuk ikan langka karena sebelumnya dinyatakan menghilang pada tahun 1994, atau 27 tahun lalu oleh faktor perubahan iklim, pengrusakan terumbu karang sebagai habitat utamanya dan banyaknya perburuan terhadap ikan ini menjadikannya sulit untuk ditemukan. Ia menilai kemunculan ikan angel napoleon semakin menunjukkan kondisi laut Indonesia membaik.
--	--	--

## **KESIMPULAN**

Kata atau gambar dianggap bersifat simbolis ketika gambat tersebut mengisyaratkan sesuatu di luar maknanya yang dekat dan nyata. Benda itu memiliki aspek ‘bawah sadar’ yang lebih luas, yang tidak pernah terdefinisi secara pasti dan tidak bisa dijelaskan sepenuhnya,

Pelaku pasar sekarang ini sudah bergeser dari cara tradisional ke cara modern, istilah yang mereka gunakan di pengaruhi oleh bahasa Internasional yang mereka dapatkan langsung dari transaksi online, sehingga jika mereka enggan mengetahui penamaan itu maka mereka akan hanya berada pada lingkup daerah tertentu, terisolasi, tertinggal, tidak berkembang dan penghasilan yang tidak meningkat bahkan akhirnya akan tersingkir pada bagian pencari dan penangkap ikan saja di laut.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kepada beberapa pihak yang turut berperan dalam penyusunan hasil penelitian ini diantaranya:

1. Dr. Ir. Darmawan, M.P selaku Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
2. Dr. Nur Alam Kasim, S.Pi., M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan
3. Hj. Faridah, SE selaku Pimpinan Perusahaan CV Rezki Bahari

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan hasil penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan hasil penelitian ini sangat penulis harapkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Intyas, C.A. and Abidin, Z. (2018) *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Kasmi, M. *et al.* (2023) ‘Penerapan IPTEK Pengembangan Kewilayahan (PIPK): Peningkatan Kualitas Produksi Ikan Hias Laut dengan Pemeliharaan Media Akuarium Rak Bersusun Sistem Sirkulasi Modular’, *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), pp. 134–143.
- Kasmi, M., Sulkifli, S. and Asriany, A. (2022) ‘Status tingkat pemanfaatan ikan hias Injel (Angel fish) untuk ekspor’, in *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan*, pp. 593–604.

Liu, L. *et al.* (2019) 'Contextualized spatial-temporal network for taxi origin-destination demand prediction', *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*, 20(10), pp. 3875–3887.

Rahmatullah, S. *et al.* (2020) 'Penerapan Data Mining Untuk Rahmatullah, S., Wahyuni, S., Chaining, M. F., & Method, F. C. (2020). Penerapan Data Mining Untuk Prediksi Penjualan Produk Furniture Terlaris Menggunakan Metode Knearest Neighbor. 3(2), 75–86. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i1>', 3(2), pp. 75–86. Available at: <https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1408>.

Sumbo Tinarbuko, . (2003) 'Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual', *Nirmana*, 5(1), pp. 31–47.

Yusri, M.Y. (2022) *Marine Ornamental Fish Naming In Pangkajene Archipelago Waters: A Study Of Roland Barthe's Semiotic*, Universitas Hasanuddin. Edited by M.Y. Yusri. Makassar: Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Yusuf, Y.M. (2019) 'Ethnolinguistics of Ornamental Fish Naming in Sulawesi Water', p. 24216826.