

## **Analisis Semiotika Serial Black Mirror the National Anthem (Penjabaran Proses Kerja Public Relations dalam Menangani Krisis)**

**Steven Yaputra<sup>1</sup>, Gregorius Genep Sukendro<sup>2\*</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [steven.915190017@untar.ac.id](mailto:steven.915190017@untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [geneps@fikom.untar.ac.id](mailto:geneps@fikom.untar.ac.id)

---

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

---

### **Abstract**

*This research is focused on describing how Government Public Relations works, especially in handling crisis. The following research is done by using a film for its research subject, the film is Black Mirror Season 1 Episode 3 "The National Anthem" which is telling us a story about a princess from Britain's Royal Family that has been abducted, and Britain's Prime Minister is the one that held the responsibilities, in order to save the princess, the Prime Minister must do such a humiliating act in front of all Britain's news stream. This research was done with qualitative method and the data's which are used are coming from the researcher's observation and documentation, thereafter the data in form of screen captured of the movie scene will be analyzed with semiotics analysis model by Charles Sanders Peirce to find the explanations which will be classified into 3 categories such as Sign, Object, and Interpretant. After the processing of the data, researcher will connect the result with Public Relations theories in handling crisis. Then the data validity will be tested with data source triangulation through literature study which are from journals, books, research and existed interview. This research's purpose is to describe to reader about how Public Relations work especially in terms of handling crisis. In this research, the researcher also found out that Public Relations needs to be adaptive to the situations occurred and being objective in judging what actions to take for the accomplishment of the goals, public relations also must act quickly.*

**Keywords:** *crisis, movie, public relations, semiotics*

### **Abstrak**

Penelitian ini difokuskan untuk menggambarkan bagaimana *Public Relations* pemerintahan bekerja, terutama dalam menangani krisis. Penelitian dilakukan dengan menggunakan film sebagai subjek penelitiannya. Film yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Black Mirror Season 1 Episode 3 "The National Anthem"* yang menceritakan tentang seorang putri keluarga bangsawan Inggris diculik, dan Perdana Menteri Inggris yang dipaksa untuk melakukan tindakan memalukan demi membebaskan sang putri. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, dan data yang digunakan merupakan data yang berasal dari observasi dan dokumentasi peneliti, kemudian data yang berbentuk dokumentasi tangkapan adegan akan dianalisa dengan metode analisa semiotika model Charles Sanders Peirce untuk menemukan penjelasan yang dibagi ke dalam tiga klasifikasi yaitu *sign, object, & interpretant*. Setelah data diolah dan dihubungkan dengan teori fungsi *Public Relations*, selanjutnya data akan diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber data yang didapatkan melalui studi kepustakaan yang berasal dari jurnal, buku, hasil penelitian dan wawancara yang sudah pernah ada. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjabarkan kepada pembaca mengenai kerja *Public Relations*

khususnya dalam manajemen krisis, adapun rumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah mempertanyakan bagaimana kerja *Public Relations* dalam menangani krisis untuk menjaga citra baik organisasi menurut film *Black Mirror The National Anthem*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Public Relations* perlu untuk bersifat adaptif terhadap kondisi dan perlu bertindak cepat dalam penanganannya, *Public Relations* pun perlu objektif dalam menilai tindakan apa yang perlu diambil demi tercapainya tujuan organisasi bukan tujuan perorangan.

**Kata Kunci:** film, krisis, *public relations*, semiotika

## 1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Komunikasi bersifat beragam baik dari sisi pesan, media, cara berkomunikasi, hingga pelakunya. Pada penelitian ini, jenis komunikasi yang dibahas lebih dalam adalah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah berbagai pesan yang dikomunikasikan dengan media massa kepada sejumlah besar orang, definisi tersebut dikemukakan oleh Bittner dalam bukunya yang berjudul *Mass Communication An Introduction* (Bittner, 1989). Komunikasi Massa terdapat dalam bentuk yang beragam dalam media yang beragam seperti koran, majalah, TV, Radio, hingga film. Pada penelitian kali ini film merupakan media yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini. Film sendiri adalah kumpulan gambar-gambar dalam frame yang diproyeksikan secara mekanis sehingga gambar tersebut menjadi hidup (Azhar, 2003).

Film yang peneliti pilih adalah film *BlackMirror Season 1 Episode 3 "The National Anthem"*, film ini merupakan serial dari Netflix yang menceritakan tentang seorang putri kerajaan Inggris yang diculik, kemudian sang Perdana Menteri Inggris dipaksa untuk memenuhi tuntutan penculik yang memalukan di depan seluruh rakyat Inggris, konflik ini tentu merupakan krisis yang berpotensi mencoreng nama baik Perdana Menteri dan Pemerintahan Inggris, maka dari itu tim *Public Relations* pemerintahan berusaha keras dalam menangani krisis tersebut sambil menjaga nama baik dan eksistensi karir sang Perdana Menteri. Film ini peneliti pilih karena alur cerita yang menarik dan mengandung unsur *Public Relations* didalamnya sehingga cocok dengan jurusan yang peneliti ambil. Peneliti mencoba menjabarkan mengenai bagaimana kerja *Public Relations* dalam menangani krisis. Krisis merupakan teori penting dalam penelitian ini. Krisis sendiri adalah kondisi yang terjadi di luar perencanaan yang dapat mengancam serta membahayakan rencana untuk mencapai tujuan (Kriyantono, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Semiotika sendiri adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengkaji tanda-tanda (Akmalsyah, 2010). Analisis Semiotika peneliti rasa cocok untuk menganalisis setiap tangkap adegan yang mengandung unsur-unsur semiotika yang dapat dijabarkan dan dihubungkan dengan fungsi *Public Relations* dalam memamanajementi krisis. Peneliti memilih beberapa adegan secara berurut dengan alur cerita film yang mengandung unsur kerja *Public Relations*, setiap adegan tersebut dianalisa dengan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang terbagi menjadi 3 klasifikasi yaitu *sign, object, dan interpretant*. Berdasarkan alasan di atas maka peneliti memilih penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan penelitian kualitatif, dimana peneliti akan memanfaatkan sumber data primer yang peneliti dapatkan dari hasil observasi dan dokumentasi kemudian diperkuat dengan data sekunder yang peneliti dapatkan dari studi kepustakaan yang berasal dari jurnal, buku, hasil penelitian dan hasil wawancara yang telah ada sebelumnya.

Adapun rumusan masalah yang dicari dalam penelitian ini ialah bagaimana proses kerja *public relations* dalam memamanajemeni krisis khususnya dalam film *Black Mirror "The National Anthem"*, dan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menjabarkan kepada pembaca mengenai bagaimana proses kerja *Public Relations* dalam komunikasi krisis serta untuk memberikan perspektif baru terkait bagaimana opini public merupakan faktor krusial bagi *Public Relations* dalam mengambil keputusan. Peneliti juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat akademis di masa depan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada bidang *Public Relations* dalam langkah kerja saat menghadapi krisis, selain itu peneliti juga berharap penelitian ini akan menjadi ide baru bagi para pembaca mengenai dunia kerja *Public Relations*. Dengan penjelasan latar belakang di atas maka peneliti memilih judul Penjabaran Proses Kerja Public Relations Dalam Menangani Krisis Dengan Analisis Semiotika.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif yang berarti bahwa penelitian ini lebih berfokus pada proses dan juga hasil pemaknaan dari objek pengamatan, penelitian kualitatif berfokus pada objek, institusi, elemen manusia dan interaksi antara elemen tersebut dalam memaknai suatu peristiwa (Basri, 2014). Peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif karena subjek dan objek penelitian ini tidak memerlukan pendapat dan data dari banyak responden, penelitian ini perlu menggunakan pengamatan yang mendalam dan hubungannya dengan teori *public relations* dan komunikasi.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Pendekatan penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena dengan detail (Wibowo, 2013). Metode ini cocok karena dalam proses pengolahan data, setiap aspek data yang dapat dianalisa akan dijabarkan secara detail dengan disertai alasan mengapa peneliti memberikan pernyataan atau penggambaran tersebut. Pada konteks ini peneliti akan menjelaskan dari sisi semiotika yang terdapat dalam adegan yang dipilih, mulai dari teks narasi, postur tubuh, penggambaran suasana, ekspresi, hingga objek-objek lainnya. Peneliti memilih film *Black Mirror Season 1 Episode 3 "The National Anthem"* sebagai subjek penelitian ini dikarenakan film ini merupakan sumber yang dapat diobservasi dan ditarik data-data yang menunjang penyelesaian penelitian ini. Sedangkan untuk objek penelitian dalam penelitian ini adalah Kinerja *Public Relations* dalam memamanajemeni krisis dikarenakan teori ini yang akan menjadi fokus penelitian yang dihubungkan dengan setiap adegan yang diteliti menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce.

Untuk sumber data dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai pelengkap. Sumber data sendiri ialah langkah yang penting dan merupakan langkah pertama dalam sebuah penelitian karena tujuan utama sebuah penelitian yaitu mendapatkan data (Harlim & Sukendro, 2020). Sumber data primer didapatkan oleh peneliti dengan cara observasi. Observasi adalah pengamatan dan perekaman secara sistematis terhadap segala unsur yang muncul dalam suatu objek penelitian (Malik & Sukendro, 2021). Pada penelitian ini, peneliti mengobservasi atau dalam konteks ini menonton, memahami, dan mencari adegan-adegan yang berhubungan erat dengan aktivitas kerja *Public Relations*, kemudian adegan tersebut peneliti dokumentasi dengan cara menangkap gambar

adegan tersebut dan dilampirkan dalam pembahasan, setelah itu adegan-adegan tersebut peneliti jabarkan dengan teori semiotika Charles Sander Peirce dan dibagi ke dalam tiga klasifikasi yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*, setelah dibagi kemudian peneliti membuat kesimpulan yang dihubungkan dengan teori fungsi manajemen krisis *Public Relations* dengan alasan-alasan tertentu yang diperkuat dengan sumber data sekunder yang didapat melalui studi kepustakaan yang berasal dari jurnal, buku, hasil studi ataupun hasil wawancara. Setiap data yang telah diolah akan diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber data yang berasal dari berbagai sumber yang kredibel ataupun hasil studi yang sudah divalidasi.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Dalam pembahasan penelitian ini, dimulai dari mengenal lebih dekat mengenai film yang dijadikan subjek penelitian. Film *Black Mirror "The National Anthem"* merupakan film buatan Amerika Serikat yang tersedia pada Netflix. Film ini dibintangi oleh Rory Kinnear, Lindsay Duncan, dan masih banyak lagi. Film ini mengandung banyak sekali unsur *Public Relations* di dalamnya mulai dari fungsinya dalam mengatur arus informasi, menyiapkan pertemuan media, membuat pernyataan, penanggulangan tindakan, mendengarkan opini publik, dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, peneliti memilih 12 adegan yang akan dicermati dan diolah sebagai data. Setiap adegan memiliki penafsiran yang berbeda namun masih sama secara garis besar yang berhubungan dengan fungsi *Public Relations* dalam menangani krisis. Dalam 12 adegan pilihan ini, terdapat adegan-adegan yang mewakili tiap fase krisis mulai dari *pre-crisis*, *crisis*, hingga *postcrisis*.

Pada adegan pertama hingga ketiga merupakan tahap pengenalan karakter dan pembangunan cerita. Ketiga adegan tersebut termasuk dalam fase *pre-crisis*, dimana isu mengenai penculikan mulai menghampiri Perdana Menteri Inggris dan tim *Public Relations* nya, tak lama kemudian isu ini pun tersebar ke masyarakat luas karena kecepatan informasi pada media sosial. Pada ketiga adegan ini dapat diambil kesimpulan penelitian secara semiotika dari suasana, waktu, raut wajah, postur tubuh, hingga kata-kata yang terdapat pada teks percakapan. Pada tahap ini puladapat ditarik kesimpulan bahwa *Public Relations* perlu untuk bertindak sigap dalam menangani krisis, bahkan dari adegan ini pula dapat disimpulkan bahwa *public relations* perlu bersifat actual dalam mendapatkan informasi demi mencegah terjadinya penyebaran informasi yang dapat mengancam citra dan nama baik organisasi yang bersangkutan.

Pada adegan empat hingga sepuluh, merupakan adegan yang menggambarkan fase berikutnya yaitu fase *crisis*. Pada adegan ini berita sudah tersebar ke seluruh Inggris, public pun mulai berpendapat dan memberikan tanggapan mengenai bagaimana Perdana Menteri perlu bertindak. Dalam adegan-adegan ini terdapat hal-hal menarik yang sangat berhubungan dengan fungsi kerja *Public Relations*, mulai dari membuat pernyataan untuk segala kondisi, bernegosiasidengan media, mengatur arus keluar informasi, bertindak adaptif terhadap respon publik dan prediksi dampak di masa depan dari tindakan yang diambil, melakukan perhitungan yang didasarkan faktor opini publik, pengarahan bagaimana Perdana Menteri harus bersikap, dan masih banyak lagi. Pada rentetan adegan ini pula ditemukan hal yang menarik yaitu perubahan sikap *Public Relations* yang dari percaya diri hingga sikap panik, hal ini dipicu dari opini masyarakat yang awalnya berpihak kepada Perdana Menteri, namun seiring berjalannya waktu dan semakin tegangnya suasana, publik pun semakin mendesak Perdana Menteri untuk menaati tuntutan penculik. Terdapat suatu adegan

yang menarik dimana *Public Relations* menyarankan Perdana Menteri untuk melakukan permintaan penculik, dikarenakan dampak positif dari masyarakat Inggris yang akan melihat sang Perdana Menteri sebagai pahlawan yang rela berkorban dan pemimpin sejati, tentunya hal ini akan berdampak sangat baik bagi karir politik Perdana Menteri kedepannya. Perdana Menteri akan dicintai dan mendapatkan kepercayaan serta empati dari masyarakat Inggris. Terdapat adegan menarik juga dimana *Public Relations* memberikan arahan yang sangat spesifik mengenai bagaimana Perdana Menteri harus bertindak ketika menjalankan tuntutan sang penculik. Dijabarkan bahwa sedikit kesalahan saja pada cara bertindak dapat menunjukkan sikap yang berbeda yang dapat menimbulkan miskonsepsi dan salah tangkap pada pandangan masyarakat terhadap Perdana Menteri. Adegan ini merupakan kunci bagi Perdana Menteri untuk mendapatkan hati masyarakat, sehingga tidak boleh dibiarkan terjadi kesalahan. Dari rentetan adegan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* bersikap sangat adaptif terhadap opini publik yang beredar, tindakan mereka pun juga sigap dan tegas serta penuh perhitungan dan prediksi yang sikapnya hati-hati. Secara tidak langsung, film ini menunjukkan kerja seorang profesional yang bersikap objektif dalam menilai suasana dan kondisi, serta mengesampingkan kepentingan individu demi dampak yang jauh lebih baik bagi kepentingan organisasi yang bersangkutan. Selama adegan empat hingga sepuluh dianalisa, terdapat berbagai aspek semiotika yang dapat diamati mulai dari, diagram, hewan sebagai simbol, pakaian, posisi kepala dan tubuh, ekspresi, objek yang difokuskan secara sinematik, gerakan yang terjadi saat interaksi, hingga teks yang terdapat dalam percakapan.

**Gambar 1.** Perdana Menteri Berkampanye



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Terakhir pada adegan sebelas dan dua belas, merupakan adegan yang memasuki fase *post-crisis*. Pada adegan ini Perdana Menteri telah memenuhi tuntutan penculik dan berhasil menyelamatkan sang putri, ternyata prediksi dan saran dari tim *Public Relations* pemerintah tersebut benar, sang Perdana Menteri mendapatkan simpati dari seluruh Inggris dan Ia dipandang sebagai pahlawan. Tingkat elektabilitasnya pun meningkat saat Ia mengikuti kampanye setahun kemudian. Perdana Menteri menjadi sosok yang dicintai rakyatnya dan karir politiknya sungguh kuat sehingga tidak ada kandidat yang dapat menggeser posisinya sebagai Perdana Menteri. Penutupan yang menarik dari kedua adegan tersebut dikarenakan adanya sebuah penggambaran bagaimana proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh tim *Public Relations* pemerintahan berhasil dan sesuai ekspektasi. Tim *Public Relations* berhasil mengubah keadaan dari yang tadinya krisis yang merugikan dapat diubah menjadi senjata yang memperkuat posisi Perdana Menteri. Dari adegan ini juga dapat dipahami bahwa *public relations* bersikap profesional dan mengutamakan kepentingan

organisasi yang bersangkutan, saran yang diberikan kepada Perdana Menteri untuk menaati tuntutan penculik tentu tidak menguntungkan secara pribadi bagi Perdana Menteri, namun sangat menguntungkan bagi sosok politisi bagi Perdana Menteri. Pada kedua adegan ini, sisi semiotika yang dapat diteliti seputar teks narasi dan ekspresi tokoh-tokoh dalam film.

#### 4. Simpulan

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti mendapatkan jawaban dari rumusan masalah penelitian yang mencoba untuk menjawab bagaimana proses kerja *Public Relations* dalam menangani krisis dan menjaga citra baik organisasi seperti yang ditunjukkan dalam film *Black Mirror Season 1 Episode 3 "The National Anthem"*. Pengolahan data yang dilakukan dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

Pada proses hasil temuan dan diskusi telah ditemukan bahwa tim *Public Relations* pemerintahan berhasil melewati 3 fase krisis mulai dari *pre-crisis* yang dapat dilihat bahwa saat isu belum benar-benar meledak, mereka telah mempersiapkan dan bertindak sigap dalam menangani isu tersebut agar tidak meluas. Dalam fase ini dapat disimpulkan bahwa tim *Public Relations* telah menjalankan strategi penanganan krisis oleh *Public Relations* yaitu strategi identifikasi krisis dimana pada adegan 2 dan 3 mereka berdiskusi bersama Perdana Menteri untuk memetakan penyebab krisis kemudian dilanjutkan dengan analisa krisis dimana tim *Public Relations* membahas lebih dalam persoalan krisis yang sedang terjadi sekaligus memprediksi dampaknya terhadap organisasi.

Kemudian pada fase *crisis* tim *Public Relations* menunjukkan sikap profesional dan objektif dalam membuat rencana dan mengambil keputusan. Pada fase ini, tim *Public Relations* mulai menjalankan strategi isolasi krisis, dimana mereka berusaha menjaga arus informasi yang keluar, dan berusaha untuk mengkarantina krisis agar tidak menyebar kepada divisi lain ataupun potensi lain yang membahayakan. Pada fase ini tim *Public Relations* menunjukkan bagaimana *Public Relations* perlu bekerja dengan cepat dan adaptif dengan keadaan sekitar. Pentingnya memperhatikan opini publik sebagai tolak ukur dalam perencanaan dan pengambilan keputusan juga ditunjukkan dalam film ini, terdapat sebuah rangkaian adegan dimana membuat tim *Public Relations* harus merubah keputusan yang mereka buat dengan sekejap dikarenakan pertimbangan dampak positif dan negative bagi sang Perdana Menteri yang didasari oleh persepsi dan opini publik.

Terakhir dalam pembahasan di atas juga terlihat bahwa tim *public relations* memasuki fase terakhir yaitu *post crisis*, pada fase ini dapat diambil kesimpulan bahwa tim *Public Relations* berhasil menangani krisis dengan baik dari segi menjaga citra dan nama baik. Walaupun tindakan yang diambil terbilang ekstrim, namun tim *Public Relations* berhasil merubah krisis menjadi kekuatan bagi Perdana Menteri yang meningkatkan tingkat elektabilitasnya pada kampanye mendatang, serta posisi karir politik sang Perdana Menteri yang sangat sulit untuk digeserkan akibat cinta, dukungan, dan simpati masyarakat atas tindakan yang Perdana Menteri lakukan demi menyelamatkan sang Putri, tentunya atas saran dari tim *Public Relations* nya.

Penelitian ini juga berhasil memenuhi tujuan penelitian yaitu memberikan perspektif baru dan membuat pembaca memahami bagaimana kerja *Public Relations* dalam manajemen krisis. Jika pembaca mengitui alur cerita dan penjelasan dalam bab pembahasan, maka pembaca dapat memahami bahwa kerja *Public Relations*

merupakan pekerjaan yang bersifat kesinambungan yang terdiri dari persiapan, eksekusi, dan evaluasi serta berisi perancangan matang yang didasari oleh beragam faktor dengan data yang jelas dan bukan tindakan yang diambil dari perasaan atau menebak-nebak. Penelitian ini juga cukup jelas dan dapat bermanfaat baik dalam sisi akademis maupun praktis. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian di masa depan yang membantu dari segi semiotika, *Public Relations*, krisis, ataupun dari segi film.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## 6. Daftar Pustaka

- Akmalsyah, R. (2010). ANALISIS SEMIOTIK FILM A MIGHTY HEART. *Konsentrasi Jurnalistik*.  
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3342>
- Azhar, A. (2003). *Media Pembelajaran* (Vol. 1). PT Raja Grafindo Persada.  
<https://www.onesearch.id/Record/IOS6530.ai:slims-329#description>
- Basri, H. (2014). Using Qualitative Research in Accounting and Management Studies: Not a New Agenda. *Journal of US-China Public Administration*, 11. <https://doi.org/10.17265/1548-6591/2014.10.003>
- Bittner, J. R. (1989). *Mass Communication, an Introduction* (illustrated, Vol. 5). Prentice Hall. <https://worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Education/Mass-Communications-An-Introduction-2nd-Bittner-1980.pdf>
- Harlim, C., & Sukendro, G. G. (2020). Proses Komunikasi Organisasi di dalam Biro Iklan di Ada Indonesia dan Ada Singapura. *Koneksi*, 3(2), 501. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6491>
- Kriyantono, R. (2018). *Public relations, issue & crisis management: pendekatan critical public relations, etnografi kritis & kualitatif* (1st ed.). Prenadamedia Group.  
<https://onesearch.id/Record/IOS2883.JABAR000000000103971#description>
- Malik, M. H., & Sukendro, G. G. (2021). Representasi Makna Etika Makan Budaya Jawa dalam Film Kersanan Ndalem. *Koneksi*, 5(2), 289. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10307>
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.  
<https://onesearch.id/Record/IOS3605.INLIS00000000004117/Preview#details>