

## **Representasi Karakter Peran Public Relations Officer dalam Film The Publicist**

The Role Character Representation of Public Relations Officer in The Publicist's Movies

<sup>1</sup>Aji Munazir, <sup>2</sup>Nova Yuliati

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*e-mail: <sup>1</sup>Ajimunazir@gmail.com, <sup>2</sup>novayuliati@unisba.ac.id*

**Abstract.** The film is a form of mass communication. Film is a medium that has a strong influence towards point of view, the assumption, perception, behavior, social systems within the community. Unwitting that what is presented in each discourse, tucked into a sign, symbols and ideology that indirectly influence into a consumer demand. As in the film series *The Publicist* who directed by by Monty Tiwa in, rather than as entertainment, tucked into the meanings and symbols as well as ideology in some scene that represents how the character role of Public Relations Officer in the film, as a representation of the dikonstruksikan by a mass media. The goal of the research is to find out and tells how a sign, symbol and ideology conveyed in a scene in the film, *The Publicist*, the author based on analyzing the problem through some elements that is the reality, representation and ideology that shows the hows representation of a character in the film is constructed by the mass media. The methods used in this research is qualitative research methods with the study of semiotics. Data obtained through interviews obtained by some sources as an observer of the movie, the filmmakers, as well as a public relations officer of the professional. In addition data obtained through the study of librarianship, Internet searching and observation.

**Key words :** Representations of Public Relations Officer, Film series, *The Publicist*, Semiotics Analysis, John Fiske.

**Abstrak.** Penelitian ini mengenai film yang merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Film adalah media yang memiliki pengaruh cukup kuat terhadap sudut pandang, asumsi, persepsi, tingkah laku, sistem sosial di dalam masyarakat. Tanpa disadari bahwa apa yang disajikan dalam tiap wacana, terselip sebuah tanda, simbol-simbol dan ideologi yang secara tidak langsung memengaruhi ke dalam diri seorang penikmatnya. Seperti dalam film serial *The Publicist* yang di sutradarai oleh Monty Tiwa, alih-alih sebagai hiburan, terselip makna-makna dan simbol serta ideologi dalam beberapa scene yang merepresentasikan bagaimana karakter peran *Public Relations Officer* dalam film, sebagai representasi yang dikonstruksikan oleh sebuah media massa. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan memberitahukan bagaimana sebuah tanda, simbol dan ideologi disampaikan dalam sebuah adegan di film *The Publicist*, berdasarkan hal tersebut maka penulis menganalisis masalah tersebut melalui beberapa unsur yaitu realitas, representasi dan ideologi yang menunjukkan bagaimana representasi sebuah karakter dalam film yang dikonstruksikan oleh media massa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan penelitian semiotika. Data yang di peroleh didapatkan melalui wawancara beberapa sumber seperti pengamat film, pekerja film, dan juga seorang *public relations officer* profesional. Selain itu data diperoleh melalui studi kepustakaan, Internet searching dan observasi.

**Kata kunci :** Representasi Public Relations Officer, Film serial, *The Publicist*, Analisis Semiotika, John Fiske.

## A. Pendahuluan

Mengamati perkembangan film di Indonesia dari tahun ke tahun, peningkatan yang mencolok selalu tampak dalam jumlah produksi film dan terlihat dari banyaknya minat penonton film Indonesia setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa film Indonesia mulai diakui oleh masyarakat dan membuat para kreator film untuk terus berkarya dalam pembuatan film melalui media apapun. Seperti halnya zaman sekarang, film tidak hanya dinikmati dalam bentuk layar lebar (*wide screen*) akan tetapi mulai merambah ke media lainnya seperti halnya: Youtube atau situs aplikasi berbayar untuk menonton film. Hal tersebut juga membuat semakin banyak ide kreatif yang muncul, bahkan menjadi sebuah lading usaha baru dalam dunia perfilman, seperti: *webseries*, *serial movie*, hingga *video blog*.

Seiring perkembangan zaman, para kreator film sekarang berlomba untuk membuat ide kreatif mengenai film. Tidak hanya membuat film yang menarik akan tetapi para kreator film juga berlomba – lomba dalam menciptakan sesuatu yang baru meskipun maksud dan tujuannya sama yakni ingin pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penikmat atau konsumen karena terkadang meskipun sudah banyak inovasi yang dilakukan, tetap saja banyak film yang kurang diminati. Meskipun begitu, industri film terus berkembang dan menjadi sebuah tantangan tersendiri mengingat fungsi film selain dalam hal entertain atau hiburan juga sebagai alat menyampaikan pesan yang ampuh.

Film juga disebut-sebut sebagai alat untuk merefleksikan dan membentuk realitas. Realitas sosial inilah yang dikonstruksikan menjadi sarana yang kuat dalam menyampaikan

informasi kepada masyarakat luas, untuk itu realitas sosial eratkaitannya dengan media massa. Realitas sosial dapat diciptakan oleh manusia secara objektif melalui proses eksternalisasi, yang artinya bagaimana realitas objektif tersebut mempengaruhi proses internalisasi yang merupakan jenis realitas subjektif. Manusia dan masyarakat dalam hal ini berhubungan secara dilektis. Hal ini menandakan bahwa manusia bukannya suatu produk akhir, melainkan suatu proses yang akan segera terbentuk. Realitas sosial ini bisa terkandung dalam sebuah film, seperti halnya film Indonesia saat ini, bila mengamati perkembangan film Indonesia dari tahun ke tahun, peningkatan yang mencolok selalu tampak dalam jumlah produksi, dan terlihat juga dari banyaknya minat penonton film Indonesia setiap tahunnya.

Film membentuk sebuah tanda yang menjadi bentukan realitas yang dikonstruksikan oleh sebuah media yang bisa direpresentasikan dalam realitas sosial. Konsep representasi dalam studi media massa, termasuk film bisa dilihat dari berbagai aspek bergantung pada sifat kajiannya. Memahami representasi sebagai konsep yang menunjuk pada bagaimana seseorang atau sekelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan pada pemberitaan (Eriyanto, 2001:113)

Terkait hal ini peneliti berminat untuk meneliti salah satu tokoh dalam sebuah film serial “The Publicist” yang menarik untuk diteliti makna-maknanya. Tokoh tersebut adalah Julia Tanjung yang diperankan oleh Prisia Nasution, yang merupakan seorang yang bekerja sebagai Public Relations Officer. Film yang disutradarai oleh Monty Tiwa ini berhasil membuat penontonnya kagum dengan sosok Julia Tanjung yang merepresentasikan bagaimana seorang

Public Relations Officer dalam menangani kasus citra buruk .

Pengelolaan citra inilah yang menjadi keunikan dari film ini yang memperlihatkan bagaimana kegiatan seorang praktisi Public Relations yang mempunyai ide cerita kegiatan *Public Relations Officer* dalam menangani kasus citra buruk. Film yang akan diteliti adalah film "The Publicist" yang menceritakan kegiatan *Public Relations Officer* bernama Julia Tanjung yang diperankan oleh Prisia Nasution yang menangani kasus citra buruk dari seorang Artist yang diperankan oleh Adipati Dolken hingga mencapai kesuksesannya kembali.

Berangkat dari latar belakang dan konsep diatas mengenai representasi dari sebuah film, diketahui bahwa media, representasi, konstruksi, realitas dan makna memiliki jalinan yang trak terpisahkan, inilah yang menarik untuk diteliti lebih mendalam tentang bagaimana representasi karakter konsultan *Public Relations* dalam film *The Publicist*, dan juga melihat bagaimana kegiatan seorang *public relations officer* dalam pekerjaan profesional dalam film dengan kegiatan dalam kehidupan sehari-harinya.

Dengan menggunakan metode penelitian dan pendekatan semiotika John Fiske terhadap penelitian ini, maka ditariklah fokus penelitian sebagai rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana level realitas sebagai bentuk penampilan, perilaku dan ucapan dalam karakter *public relations officer* Julia Tanjung yang diperankan oleh Prisia Nasution di film *The Publicist*?
2. Bagaimana level representasi dalam gambar atau simbol yang menjadi makna di karakter *public relations officer* Julia Tanjung yang diperankan oleh Prisia Nasution dalam film *The Publicist*?

3. Bagaimana level ideology sebagai bentuk pesan di karakter *public relations officer* Julia Tanjung yang diperankan oleh Prisia Nasution dalam film *The Publicist*?

## B. Ladsan Teori

Dasar pemikiran yang dijadikan untuk penelitian ini adalah adanya rasa keigintahuan perihal pemaknaan dari sebuah karakter Public Relations officer yang ada dalam sebuah film dengan kenyataan sebenarnya. Proses komunikasi bisa terjadi dengan berbagai cara yaitu bisa dengan kata kata yang diucapkan langsung (Verbal) atau Berbicara, atapun juga bisa secara tidak langsung (Non Verbal) seperti : gerak tubuh, mimik, atribut yang digunakan, hingga sikap yang dimainkan. Penelitian ini menggunakan studi kualitatif yaitu penelitian yang bersifat intepretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitian. Karena penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang bersifat intepretatif (menggunakan penafsiran), maka penulis akan meneliti subjek yang diteliti melalui sudut pandang penulis dalam menggambarkan subjek penelitian.

Dewasa ini, kegiatan penyampaian pesan dapat disampaikan dengan berbagai cara, banyak media yang dapat digunakan untuk melaksanakan aktivitas penyampaian pesan, gambar dan suara film dapat bercerita dengan singkat mengenai pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dan mempengaruhi khalayak untuk masuk kedalam cerita dalam film, itu sebabnya film bisa dengan mudah menyampaikan isi pesan . Dizaman sekarang banyak berbagai kategori film yang bisa dilihat dengan berbagai pendekatan berbeda-beda, akan tetapi semua film mempunyai tujuan

sasaran yang sama untuk mempengaruhi khalayak dengan pesan dan muatan muatan masalah yang ada disetiap filmnya.

Film ini sangat erat kaitannya dengan Public Relations karena bisa diamati dalam film ini khalayak bisa merasakan dan memahami bagaimana pekerjaan seorang Public relation officer dalam menangani sesuatu kasus tertentu. Pengelolaan citra dari karakter public relations officer inilah yang menjadi keunikan dari seorang praktisi Public Relations, seperti dalam film yang mempunyai ide cerita kegiatan praktisi Public Relations dalam menangani kasus citra buruk yang menjadi karakteristik individu tertentu.

### C. Hasil

The Publicist adalah karya terbaru dari monty tiwa yang cukup punya jenjang karir dalam perfilman indonesia, film the publicist ini mengandalkan media platform baru dengan suasana baru sehingga memunculkan inovasi terbaru dari sebuah karya film. Mengenai karakter julia tanjung yang diperankan oleh prisia nasution, dia adalah aktris yang cukup hebat dalam memerankan sebuah karakter, dia juga cukup mempunyai beberapa penghargaan dari perfilm-an indonesia, dan disamping itu supporting talentnya dalam film ini cukup bisa memperkuat karakter karakter yang ada mulai dari adipati dolken, baim wong, dan yang lainnya. Lalu juga cerita dan dialog yang ada bisa memperkuat karakter hal ini lah harus didapatkan dari keseluruhan tim dalam pembuatan film.

Setelah melaksanakan penelitian melalui pengamatan scene to scene, maka telah didapatkan sebanyak 11 scene yang kemudian di analisa melalui kode-kode televisi John Fiske dalam bentuk tabel diatas, berikut deskripsinya :

### Level Realitas

Dalam film ini level representasi difokuskan pada sisi penampilan, perilaku, dan dialog-dialog, dan dalam film ini memang cukup bisa merepresentasikan seorang PR, di mana seorang *PR officer* harus bisa mempunyai komunikasi yang baik, persuasif, paham akan proses operasionalnya, paham akan pekerjaan yang harus dilakukan, mempunyai skills, dan segala yang memang biasanya dimiliki oleh seorang *Public relations Officer*, adegan adegan di sini memang berusaha ingin memunculkan karakter konsultan PR, walaupun terkadang dibberapa adegan cerita mulai tidak tau arah tujuan apakah ingin menampilkan sisi karakter PR atau percintaan yang ada dalam sebuah film ini. Tetapi untuk memerankan sebuah karakter pekerjaan, baik dan buruknya citra yang dikeluarkan dari representasi karakter tersebut ada ditangan pembuat naskah film dan aktor tersebut. Sehingga peran aktor tersebut di sini sangat mempunyai tanggung jawab yang besar. Masalah dialog penampilan dan juga perilaku, dalam memerankan sebuah karakter pekerjaan, baik dan buruknya citra yang dikeluarkan dari realitas yang direpresentasikan dalam sebuah karakter tersebut ada ditangan pembuat naskah film dan aktor tersebut. Sehingga peran aktor tersebut di sini sangat mempunyai tanggung jawab yang besar. Dalam film ini, tim produksi cukup mengerti tentang pekerjaan PR di mana memang karakter Julia Tanjung mengerti tentang apa yang harus dilakukan dalam kasusnya, seperti hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari fakta permasalahan yang ada sampai akhirnya dengan evaluasi, dan hal tersebut adalah proses-proses operasional PR yang biasa dilakukan oleh seorang *PR officer* dalam melakukan pekerjaannya. Film ini menampilkan karakter dari sebuah

pekerjaan yang memang tidak semua orang mengetahui atau jarang sekali menjadi sebuah karakter film, cukup sulit untuk memerankan sebuah karakter pekerjaan di mana pemain harus bisa memahami kebiasaan kebiasaan atau peran hingga karakter yang biasanya ada dalam karakter tersebut, ditambah harus mengetahui nilai-nilai dan maksud yang terkandung dalam karakter tersebut, supaya tidak ada etika yang menyimpang yang dimunculkan oleh seorang aktris dan cerita filmnya.

Pada level ini terdapat tiga kode di antaranya: Perilaku (*Behavior*), Penampila (*Appearance*), dan dialog (*Speech*). Kode perilaku (*behavior*) Julia yaitu saat yaitu mengadakan *press realese* dan *press conference*, terlihat bagaimana sikap Julia yang profesional sebagai konsultan *public relations* di mana dia berlaku tegas, berintelektual, memiliki *body of knowldge* sebagaimana sikap profesional dari seorang konsultan *public relations*. Dengan demikian untuk usaha *public relations* profesional harus digarap orang yang memiliki keahlian secara ilmiah. Mempunyai keterampilan dalam bidang teknis di bidang *public relations* yang diperlukan untuk mempersiapkan fasilitas-fasilitas atau pelayanan-pelayanan pokok (Yulianita, 2012:171).

### Level Representasi

Pada level representasi ini lebih difokuskan pada segi teknik penggarapan sebuah film yang di mana teknik tersebut akan menjadi sebuah gambar yang bermakna, makna di sinilah yang menjadi sebuah representasi dari media, dan film ini cukup matang dalam segi penggarapan visualnya, penataan *camera angle* dan musik cukup konsisten dengan segala teknik kamera ada dan bisa merepresentasikan sesuatu kejadian atau adegan, serta musik pun menjadi faktor pendukung dalam sebuah film untuk bisa menjadi sebuah makna

tertentu, mulai dari awal cerita film ini cukup konsisten dalam penampilannya hingga diakhir cerita film ini tidak bisa menyelesaikan permasalahan yang ada dengan baik. Film ini dikemas semillennials mungkin karena ingin disukai kalangan publik saat ini, walaupun berujung dengan kisah percintaan akan tetapi film ini terlalu serius dalam menjalankan ceritanya sehingga tidak semua orang tau juga tentang film ini, sehingga film ini juga tidak mempunyai rating yang sangat baik walaupun tidak buruk film ini tidak cukup untuk segi komersil. Penggarapan Monty Tiwa sudah tidak bisa diragukan lagi untuk dalam segi teknik film, Monty Tiwa dan tim mempunyai ciri khusus dalam menggarap sebuah film, mulai dari film-film sebelumnya pun Monty Tiwa tidak perlu diragukan lagi, dan dalam film ini pun tidak ada masalah dalam segi penggarapan teknik film dan musik, sehingga film ini cukup nyaman untuk dinikmati secara visualnya.

### Level Ideologi

Pada level ideologi berfokus pada suatu makna yang ingin disampaikan sebuah media kepada khalayak, pada dasarnya film ini tidak mempunyai makna khusus yang ingin disampaikan kepada khalayak, film ini berfokus pada representasi pada suatu realitas karakter yang dikonstruksikan melalui media film. Akan tetapi di beberapa adegan film ini menampilkan sisi makna yang ingin disampaikan kepada khalayak.

## D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari keseluruhan penelitian ini, dan sesuai dengan batasan-batasan identifikasi topik penelitian dan tujuan yang ini dicapai pada penelitian ini. Maka penulis menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

### 1. *Public relations* pada Level Realitas

Pada level realitas karakter *public relations* digambarkan dalam unsur bentuk verbal dan nonverbal, yaitu melalui segi penampilan, gerak tubuh, sikap, dan dialog yang terdapat dalam sebuah karakter *public relations officer* tersebut. Dalam film *The Publicist* ini, karakter Julia Tanjung sangat merepresentasikan *public relations officer* pada umumnya, dengan penampilan yang sangat menarik dengan menggunakan pakaian yang semi formal dan konsisten pada penampilannya, mempunyai *skills* dan komunikasi yang baik dan persuasif, dan dengan dialog-dialog yang mencerminkan komunikasi seorang *public relations officer* dengan etika, karakteristik yang harus dipunyai, serta peran yang harus dilakukan *public relations officer*. Karakter Julia Tanjung merealisasikan bahwa pekerjaan Public Relations Officer yang sebenarnya dengan segala bentuk profesionalisme dan juga karakter yang dibentuk dalam film.

Karakter praktisi PR yang diperankan oleh Prisia Nasution tergambar melalui kode-kode visual John Fiske antara lain:

- a. Perilaku: perilaku Julia yang berani, tegas, bertanggung jawab dan persuasif menunjukkan bahwa Julia telah mencerminkan sikap profesional dan sesuai dengan sikap profesional konsultan *public relations*, akan tetapi juga Julia Tanjung memiliki sikap yang sedikit harus berbohong kepada khalayak mengenai pemberitaan Rey, hal ini dapan menjelaskan bahwa ada kekurangan dari Julia Tanjung untuk menjadi seorang konsultan PR sesuai dengan sikap profesional PR yang harus dimiliki.

- b. Penampilan: pengampilan Julia yang diperankan oleh Prisia Nasution cenderung stabil yaitu menggunakan pakaian semi formal, yaitu *blazer*, celana atau rok bahan, sesuai apa yang biasa dikenakan oleh konsultan *public relations*.

- c. Dialog: dialog yang dilakukan Julia dalam film ini sangat mencerminkan bagaimana seharusnya seorang PR yang menguasai *public speaking* menghadapi publiknya. Keterampilan Julia dalam berbicara sangat menonjol.

### 2. *Public relations* pada Level Representasi

Dalam level ini sisi altruisme banyak direpresentasikan melalui teknik pengambilan gambar *two shot*, *medium close up*, *long shot*, *extreme close up*, *group shot*, *medium shot*, *full shot*, dan *three shot*. Hal tersebut bertujuan agar gambar yang diambil merepresentasikan makna gambar dan peran yang jelas memberikan efek dramatis dan pesan nonverbal serta visual yang dapat ditangkap oleh penonton.

Hal ini bisa disimpulkan bahwa Julia Tanjung merepresentasikan hasil dari konstruksi media terhadap film dalam segala bentuk adegan yang mencerminkan bahwa Public Relations Officer adalah representasi dari suatu organisasi.

### 3. *Public relations* pada Level Ideologi

Tidak ada ideologi khusus dalam film ini, hanya saja pesan yang disampaikan film ini di mana sebuah realitas *public relations officer* yang dikonstruksikan oleh sebuah media, yaitu peran *public relations* dalam film bisa menjadi gambaran baik dan buruknya suatu karakter *Public Relations Officer* pada umumnya dalam membangun sebuah citra, dan

dalam film seperti :

- a. *Public relations officer* memberikan pernyataan kebohongan bisa menurunkan citra *public relations officer* untuk khalayak
- b. Julia Tanjung menstimulus Rey agar bisa percaya diri dalam memulai karir kembali, ini menjadi ciri khas peran *public relations officer* dalam membangun citra.
- c. Julia Tanjung dan Rey menstimulus orang-orang di panti rehabilitasi yang sama kasusnya dengan Rey supaya lebih percaya diri dan memulai kehidupan yang baru, ini juga menjadi alat pencitraan yang dibangun *public relations officer* serta untuk menstimulus orang-orang.

Hal ini bisa disimpulkan bahwa adegan adegan ini menimbulkan efek positif dan negatif kepada publik tentang pekerjaan PR yang dimana positifnya *Public Relations Officer* harus bisa menstimulus orang dan juga memberikan kepercayaan kepada orang agar terpengaruh dengan kita. Akan tetapi pesan tersirat yang ditimbulkan juga memberikan dampak bahwa *Public Relations Officer* hanyalah sebuah pencitraan bagi organisasi, fakta atau kebohongan publiknya bisa diatur oleh seorang *Public Relations Officer*.

## E. SARAN

Berdasarkan analisa dan kesimpulan penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran Teoritis
  - a. Di harapkan dapat berguna bagi pengembangan penelitian kualitatif studi semiotika

khususnya untuk media film layar lebar dan dari seluruh proses penelitian mampu memperluas kajian ilmukomunikasi, khususnya signifikasi pemaknaan terhadap mediamassa, sehingga mampu memberikan jalan bagi analisa kritisterhadap media sejenis lainnya.

- b. Di harapkan untuk peneliti lain dapat menganalis penelitian serupa dengan subjek yang lebih beragam, unik dan memiliki nilai-nilai yang bermanfaat bagi kehidupan sosial. Sehingga tidak hanya sekedar meneliti namun dapat memberikan efek yang bermanfaat bagi khalayak.

### 1. Saran Praktis

- a. Kurangnya fokus dalam sebuah cerita, seharusnya lebih menfokuskan dan memperdalam mengenai peran *Public Relations Officer*, karena pada awal ceritapun fokus mengenai permasalahan tersebut walaupun berujung dengan kisah cinta, sehingga penyelesaian masalah mengenai peran *Public Relations* akan lebih terselesaikan dengan baik.
- b. Secara teknis keseluruhan harus lebih diperhatikan dengan

baik, mengenai aspek angle camera harus bisa lebih beragam dan tidak monoton, lalu dengan backsound atau musik harus bisa lebih mendramatisir sebuah adegan, serta mengenai alur cerita dari scene ke scene harus bisa lebih continuity dan juga lebih dipersingkat adegan yang tidak perlu agar tidak terlihat membosankan.

Indonesia.

Yulianta, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung : LPPM Unisba

### Sumber Lain

#### Jurnal

Rumui, Erlina. 2016. Analisis Kode Etik Public Relations Officer dalam Film *Thank You For Smoking*. Surabaya. Skripsi. Universitas Kristes Patra Jaya.

#### Sumber Online

#### Sumber Online :

<http://www.beritasatu.com/film/475493-2018-bisa-menjadi-tahunnya-film-indonesia.html> Diakses pada 25 Oktober 2018 7.30 WIB

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Arthur, Asa Berger. 2010. *Pengantar Semiotika : Tanda-tanda Kebudayaan Konteporer*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Baksin, Askurifai. 2003. *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung : Katarsis.
- Darmastuti, Rini. 2007. *Etika PR dan E-PR*, Gava Media, Yogyakarta.
- Effendy, Heru. 2009. *Mari Membuat Film – Panduan untuk Menjadi Produser*. Yogyakarta: Panduan Pustaka Konfiden.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis teks media. Suatu analisis untuk wacana, analisissemiotika, dan analisis framing*. Bandung : Rosada Karya
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia