

Makna Simbol Pada Cover Cd Hellowar: “On The March To The Final Doom”

¹Sony Mulia Pratama, ²Maya Amalia Oesman Palapah
Prodi Ilmu Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail : ¹snicksnackrecords@yahoo.com, ²maya_palapah@yahoo.com

Abstract. Communication is an important part of human life. Both verbal and non-verbal communications are important parts of it. One of the non-verbal communications can be identified through the media in the form of pictures. In this research study the focused media is art work. Art work is a part of the underground community of creative products. Through artwork researchers can study the symbol that reflects and encounters an identity through meaning. The main focus of this research is to study on what meanings of the symbols on the CD cover Hello war "On The March To The Final Doom" are. The purpose of this research is intended to dissect all the symbols contained in art work and then depict it as a language or form of communication. Meanwhile, in order to uncover the facts in art work the method used in this study is a qualitative approach combined with analysis of Roland Barthes in Semiotics. Through this study, researchers are faced with the situation to analyze the various meanings based on the meaning of denotation, connotation, and myth. However, to strengthen the responses there are supporting elements from Abud Maud as the artist who made this art work. The results indicate that within the meaning of denotation, connotation, and myths there are visuals that depict war and create the perception and there is also a message of social and political criticism in every image depicted. Later in Marketing and Public Relations aspect the result also shows an association between the CD cover and the songs as an identity that can improve the marketability of consumers.

Keywords: Semiotic, Artwork, Roland Barthes

Abstrak. Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan manusia. Baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal. Salah satu komunikasi nonverbal dapat diketahui melalui media berupa gambar. Pada penelitian kali ini media yang menjadi fokus penelitian adalah *artwork*. *Artwork* adalah bagian dari produk kreatifitas komunitas underground. Melalui artwork peneliti dapat melihat simbol yang merefleksikan dan menginteraksikan sebuah identitas disertai makna. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana makna simbol-simbol yang terkandung pada cover CD Hellowar “*On The March To The Final Doom*”. Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk membedah segala simbol-simbol yang terdapat pada artwork dan kemudia menerjemahkannya sebagai sebuah bahasa atau bentuk komunikasi. Adapun, untuk mengungkap berbagai fakta dalam *artwork* menggunakan metode pendekatan kualitatif yang digabung dengan analisis Semiotika Roland Barthes. Melalui penelitian ini peneliti dihadapkan pada situasi untuk menganalisa berbagai makna yang berdasar pada makna denotasi, konotasi, dan mitos. Namun, untuk memperkuat tanggapan terdapat elemen pendukung yaitu Abud Maud sebagai artist yang membuat *artwork* ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di dalam makna denotasi, konotasi, dan mitos terdapat visualisasi yang menggambarkan situasi perang dan menimbulkan persepsi bahwa terdapat pesan kritik sosial dan politik di dalam setiap gambar yang ditampilkan. Kemudian dalam *Marketing Public Relations* ditemukan adanya keterkaitan antara cover CD sebagai identitas yang dapat meningkatkan daya jual konsumen.

Kata Kunci: Semotika, Artwork, Roland Barthes

A. Pendahuluan

Komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai media seperti media massa yakni koran, radio, televisi, dan lainnya. Di dalam sebuah komunikasi terdapat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dari pesan tersebut terdapat efek pesan yang meliputi efek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan behavioral (perilaku). (dalam Elvinaro dkk, 2007:52).

Salah satu media komunikasi yang saat ini adalah musik. Adapun yang membuktikan bahwa musik dapat dijadikan media komunikasi dapat dilihat dalam komunitas musik underground. Komunitas underground merupakan suatu komunitas yang minoritas Hal ini dikarenakan musik underground cenderung terdengar seperti musik yang berisik di telinga orang awam dibanding dengan musik pop yang easy listening. Ditambah penampilan para pelaku underground yang terlihat urakan.

Beberapa hal menarik dari komunitas underground yang saat ini sering ditonjolkan bahkan menjadi bagian yang penting yaitu artwork. Di dalam komunitas musik mainstream artwork sangat jarang digunakan sebagai bagian dari produk kreatif sebuah kelompok musik, namun bila dibandingkan dalam lingkup komunitas underground itu menjadi hal yang berbeda. Hal ini yang menjadikan cover CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*" bukan hanya sekedar karya seni saja melainkan sebagai media informasi, yang di dalamnya memiliki sebuah makna. Adapun artwork tersebut dapat menjadi daya tarik untuk pembeli. Kemudian akan berpengaruh pada penjualan album tersebut. Hal lain yang menarik adalah bila melihat simbol artwork ini terdapat benang yang menjadi satu pencitraan dari band ini sendiri.

Bertitik tolak dari tujuan pemilihan masalah seperti yang tersebut diatas, maka dalam pembahasan selanjutnya penulis mencoba memfokuskan masalah yang akan dibahas sekitar:

1. Bagaimana makna denotatif mengenai simbol yang terkandung pada *artwork* dalam cover CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*?"
2. Bagaimana makna konotatif mengenai simbol yang terkandung pada *artwork* dalam cover CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*?"
3. Bagaimana mitos mengenai simbol yang terkandung pada *artwork* dalam CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*?"
4. Bagaimana Marketing PR melalui cover CD dapat meningkatkan penjualan CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*?"

B. Landasan Teori

Seluruh komunikasi manusia digerakan oleh simbol-simbol, dibentuk oleh simbol-simbol, dan dirayakan dengan simbol-simbol. Oleh sebab itu, Sussane K. Langer menyatakan keyakinannya bahwa "Kebutuhan dasar ini, yang memang hanya ada pada manusia, adalah kebutuhan akan simbolisasi. Fungsi pembentukan simbol ini adalah satu di antara kegiatan-kegiatan dasar manusia, seperti makan, melihat, dan bergerak. Ini adalah proses fundamental dari pikiran, dan berlangsung setiap waktu. (Sobur, 2009:254)

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Komunikasi terjadi dengan perantaraan tanda-tanda; dengan demikian, tidak mengeherankan jika kita lihat bahwa sebagian teori komunikasi berasal dari semiotika. Dalam konsep semiotika Roland Barthes terdapat 3 dimensi yaitu konotasi, denotasi dan mitos. Charles Morris (dalam Segers, 2000:5) menyebut semiosis ini sebagai suatu "proses tanda, yaitu proses ketika sesuatu merupakan tanda bagi beberapa organisme". (Sobur, 2009:16)

Peta tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Sumber: Alex Sobur. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya., hlm 69

Semiotika komunikasi mengkaji tanda yang berada dalam konteks komunikasi secara lebih mendalam. Hal ini berarti semua yang berkaitan dengan semiotika juga melibatkan berbagai elemen-elemen komunikasi. Charles Sanders Peirce menciptakan semiotika agar dapat memecahkan dengan lebih baik ihwal inferensi (pemikiran logis); namun menurut Eco, semiologi juga membahas persoalan-persoalan "signifikansi" dan komunikasi. (Sobur, 2009:21)

Dalam meneliti artwork Hellowar "*On The March To The Final Doom*" peneliti berpijak kepada teori Semiotika Roland Barthes yang berguna sebagai pisau bedah dalam membahas komponen-komponen simbol. Dengan demikian, keseluruhan komponen simbol-simbol tersebut akan dapat dipahami sebagai sebuah bahasa yang memberikan arti dan maksud tersirat di dalamnya.

Hampir semua pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan orang lain dinyatakan dalam bentuk simbol. Korelasi antara pihak-pihak yang ikut serta dalam proses komunikasi banyak ditentukan oleh simbol atau lambang-lambang yang digunakan dalam berkomunikasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Makna Denotasi Artwork Hellowar "*On The March To The Final Doom*"

Di dalam artwork Hellowar "*On The March To The Final Doom*" memiliki beberapa karakter dengan dua objek karakter utama yaitu Prajurit Bertangan Empat dengan Karakter Pemimpin atau Penguasa juga terdapat karakter-karakter yang pro dengan Karakter Pemimpin atau Penguasa yaitu Karakter Prajurit Pro Penguasa. Pada gambar yang merupakan cerita pertama di sebelah kiri terdapat Karakter Prajurit Pro Penguasa 1 yang memiliki janggut lebat dengan rambut panjang mengenakan helm dengan 2 tanduk. Karakter ini menunjukkan ekspresi muka ketakutan sembari memegang dahi kepalanya.. Agak bergeser sedikit ada Karakter Prajurit Bertangan Empat, ia memiliki rambut panjang yang terurai hampir separuh mukanya ditutupi dengan helm yang memiliki 4 tanduk.

Pada gambar bagian kedua cerita ada Karakter Prajurit Pro Penguasa yang mukanya tidak terlihat sambil mengenakan helm dengan dua tanduk sedang memegang kepalanya seperti sedang kebingungan atau ketakutan. Di sebelahnya ada karakter prajurit yang masih sama dengan gambaran karakter sebelumnya namun ia terlihat sedang berteriak kencang bahkan mengeluarkan sedikit ludah dari mulutnya.

2. **Makna Konotasi Artwork Hellowar “On The March To The Final Doom”**
- a. **Helm Bertanduk:** Helm bertanduk adalah sebuah aksesoris yang sering digunakan oleh bangsa Viking dan bahkan sudah menjadi ciri khas yang melambangkan penguasa dan kekuasaan sebagai bangsa barbar yang hobi berperang.
 - b. **Gambar Janggut, Mata Tiga, dan Rambut:** Dalam budaya populer bangsa primitif sering ditampilkan dengan sosok yang kotor dan kumal. Janggut dan rambut panjang dalam karakter-karakter ini bisa memberikan kesan yang menyeramkan ketika seseorang melihatnya, Simbol mata satu biasa juga disebut “All Seeing Eye”, simbol ini adalah sebuah mata yang dikelilingi oleh pancaran cahaya atau Gloria yang biasanya dikelilingi oleh segitiga. Simbol mata satu sering diidentikan dengan “*Illuminati*”.
 - c. **Perawakan:** Bentuk tubuh yang tinggi dan kekar dapat dikatakan sebagai bentuk tubuh yang sempurna bagi seorang pria. Bentuk tubuh yang kekar dapat mencerminkan sisi maskulin pria. Merunut pada sejarah, pria berjanggut sering diasosiasikan dengan berbagai atribut seperti: (1) bijaksana; (2) maskulin; (3) berstatus tinggi; (4) memiliki pribadi yang baik; (5) keharmonisan; (6) kurang rapi; (7) eksentrik; dan lain-lain.
 - d. **Senjata:** Senjata adalah suatu alat untuk melukai, membunuh, atau menghancurkan suatu benda. Senjata dapat digunakan untuk menyerang maupun untuk mempertahankan diri, dan juga untuk mengancam dan melindungi. Pedang merupakan sejenis senjata tajam memiliki bilah yang panjang, memiliki dua sisi tajam ataupun satu sisi tajam. Dalam beberapa kebudayaan pedang memiliki nilai kedudukan atau prestise yang lebih tinggi dibanding jenis senjata lainnya. Tombak adalah jenis senjata yang terdapat di seluruh peradaban dunia. Tombak adalah senjata untuk berburu dan berperang, bagiannya terdiri dari tongkat sebagai pegangan dan mata atau kepala tombak yang tajam. Kapak adalah sebuah alat yang biasanya terbuat dari logam, bermata yang diikat pada sebuah tangkai, biasanya dari kayu. Kapak adalah salah satu alat manusia yang sudah lama usianya.
 - e. **Gambar Perban:** Luka dililit dalam perban memperlihatkan rasa sakit yang diderita oleh seseorang. Adapun bekas luka bisa menjadi suatu simbol yang mengerikan dan tidak kenal akan takut akan resiko yang dihadapi. Fisiognomi (dari Bahasa Yunani *physis* yang berarti alam dan *gnomon* yang berarti penilaian) adalah penilaian sifat seseorang dilihat dari fisiknya terutama wajah. Fisiognomi dipopulerkan oleh para Filsuf di Zaman Yunani Kuno, namun kehilangan masa jayanya di Abad Pertengahan. Fisiognomi sempat dipopulerkan lagi oleh Franz Joseph Gall pada abad ke 18 dan kembali dilupakan pada akhir abad ke 19.
 - f. **Tangan Empat:** Tangan empat yang dimiliki oleh salah satu karakter merupakan bentuk simbolik dari yang mengartikan kepemilikan strategi dan cara untuk melawan sesuatu. Penggambaran empat lengan berarti merupakan sebuah kesan akan cara-cara perjuangan dalam hidup.
 - g. **Gambar Bulan Purnama:** Di dalam kebudayaan barat konon disana kriminalitas meningkat pesat saat bulan purnama bersinar. Sisi barbar yang muncul dalam diri manusia terlihat ketika munculnya bulan purnama. Menurut sebuah penelitian laporan berjudul *The Effect of the Full Moon on Human Behaviour* dari American Institute of Medical Climatology yang mengulas efek bulan purnama, menemukan hasil bahwa menurut para saksi

kasus kriminal seperti pembunuhan, pelanggaran lalu lintas, pembakaran, juga kleptomania terjadi saat bulan purnama. Dapat dikatakan, orang-orang menjadi lebih gila pada masa ini.

- h. **Gambar Latar:** Latar dalam artwork ini adalah bukit bebatuan dan pegunungan. Selain itu, untuk menampilkan sisi primitif dalam setiap karakter yang berusaha dikembangkan agar sesuai dengan konsep yang ada.
- i. **Gambar Tengkorak Manusia:** Tengkorak manusia melambangkan kematian artinya bisa merujuk kepada dominasi yang kuat kepada yang lemah. Dalam sebuah peperangan sudah menjadi hal yang lumrah ketika manusia satu sama lain saling membunuh dan melupakan sisi kemanusiaan.
- j. **Ekspresi Muka dan Simbol Tangan:** Ekspresi muka manusia dengan mulut ternganga menunjukkan rasa takut, kaget, gemetar. Kemudian, tangan yang berada di dahi menunjukan kekecewaan, bingung, berpikir, ketakutan. Tangan yang terkepal dengan jari telunjuk dan jari kelingking yang diacungkan dengan tangan kiri, itu melambangkan sebuah simbol. Dalam simbologi, isyarat tangan yang menyerupai tanduk ini dinamakan El Diablo – Iblis Bertanduk – atau Il Cornuto, atau Diabolicus. Simbol tersebut selain merepresentasikan sisi gelap dalam perang juga memiliki korelasi dengan musik Hellowar yang memiliki unsur metal dalam setiap lagunya
- k. **Warna:** Warna sering digunakan untuk menunjukkan suasana emosional, perasaan, cita rasa, afiliasi politik dan bahkan mungkin keyakinan agama kita (Mulyana, 2012:427). Warna hijau adalah warna alam, warna ini melambangkan pertumbuhan, kesegaran, harmoni, dan kesuburan. Namun dalam sisi negatif warna hijau dapat menimbulkan rasa terperangkap/tersesat, stagnansi, ambisi, keserakahan, dan kelemahan. Warna hitam, melambangkan sesuatu yang negatif, kekuatan, kejahatan, dan misteri. Disisi lain, hitam jua melambangkan berhentinya kehidupan, yang bisa memberikan pemaknaan kondisi hampa, kematian, kegelapan, kebinasaan, kerusakan, duka, kemurungan, atau kepunahan. Warna abu-abu, mencerminkan keamanan, realibilitas, kepandaian, tenang, serius, dan konservatif. beberapa makna negatif yang bisa ditimbulkan dari penggunaan warna ini adalah kurang percaya diri, kelembaban, depresi, hibernasi, dan kekurangan energi.

3. Mitos Artwork Hellowar "On The March To The Final Doom"

Mitos yang terdapat di dalam artwork Hellowar "*On The March To The Final Doom*" karya Abud Maud secara garis besar menggambarkan situasi perang. Lebih spesifik adalah perang antara yang lemah yang dalam artwork ini diwakili oleh Karakter Prajurit Bertangan Empat melawan adanya penguasa yang diwakili Karakter Penguasa atau Pemimpin. Dari zaman dahulu hingga hari ini cerita atau mitos mengenai perang hampir memiliki tempat di berbagai belahan dunia dan melingkupi berbagai konteks baik secara ekonomi, sosial, budaya, maupun psikologis.

Perang adalah situasi dan kondisi dimana ada dua kubu yang saling bertarung dan berusaha mengalahkan satu sama lain untuk mencapai tujuan yang menjadi cita-citanya. Karakter Prajurit Bertangan Empat ialah sosok yang memiliki niat dan keinginan untuk merebut apa yang menjadi haknya, berjalan diatas nama keadilan, dan berusaha sekuat tenaga melawan tindak kesewenangan penguasa. Sosok seperti ini sering kita dengar sebagai sosok yang biasa disebut memiliki sikap revolusioner.

Dalam artwork ini diberikan sebuah penjelasan, bahwa sekuat apapun kita melawan dominasi kekuasaan pada akhirnya akan dihadapkan pada kekalahan. Suatu

kenyataan pahit yang harus diterima bagi mereka yang senantiasa berjuang untuk sesuatu yang bernama kebebasan dan keadilan.

4. Marketing Public Relations Pada Cover CD Hellowar “*On The March To The Final Doom*”

Objek pembahasan mengenai hal ini adalah *artwork* pada *cover* CD Hellowar “*On The March To The Final Doom*” yang mengemas produk menarik dengan menitikberatkan pada *artwork* agar menarik minat konsumen. Hellowar berusaha menampilkan identitas produknya, yaitu gambar yang mengambil ide mengenai isu perang yang juga dikaitkan dengan judul album mereka yaitu “*On The March To The Final Doom*”.

Terdapat 4 poin penting dalam melaksanakan Marketing Public Relations diantaranya adalah: (1) Membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal; (2) Membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk; (3) Membantu meningkatkan suatu produk, seperti dalam menyempurnakan pesan iklan dan promosi dengan menambah informasi baru. (4). Mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya; (5) Memantapkan semua citra yang positif bagi produk dan usahanya. (Ardianto, 2009:121)

Bila merujuk pada konsep *Marketing Public Relations* hal ini bertujuan untuk memberikan kesan dan mudah diingat oleh konsumen dari produk-produk kompetitornya. Sebagaimana dijelaskan, *Marketing Public Relations* merupakan perpaduan (sinergi) antara pelaksanaan program dan strategi pemasaran (*marketing strategy implementation*) dengan aktivitas program kerja Humas (*work program of PR*). Hal ini sebagai upaya meluaskan pemasaran dan demi mencapai kepuasan konsumennya.

D. Kesimpulan

Setelah melewati proses analisa semiotika terhadap makna simbolik *artwork* pada cover CD Hellowar “*On The March To The Final Doom*”, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Makna denotatif tanda nonverbal atau visualisasi *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud adalah memaparkan gambaran mengenai situasi dan kondisi saat perang terjadi dari awal hingga berlangsungnya perang.
- b. Makna konotatif tanda nonverbal *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud adalah sebuah persepsi atau keinginan dalam melihat *artwork* tersebut sesuai dengan persepsi dan mitos yang digambarkan.
- c. Mitos dalam *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud ini dapat terlihat dari gambar maupun lirik dalam CD ini, karena keduanya saling berkaitan satu sama lain. Dalam sebuah pesan terdapat kepentingan dan ide yang berusaha disampaikan, bila merujuk pada penelitian ini lebih mengedepankan pesan kritis terhadap perang yang dikemas dalam gambar. *Artwork* ini telah menjadi media penyampaian ide ke hadapan khalayak khususnya dalam komunitas *underground*.
- d. Marketing Public Relations dalam *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” ini menampilkan visualisasi gambar yang memukau dan dapat menarik minat kepada konsumen untuk sekedar melihatnya. Juga dapat membuktikan bahwa strategi marketing public relations juga dapat diaktifkan

dan digunakan dalam komunitas underground yang independen sekalipun, baik disadari maupun tidak disadari.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian komunikasi dan semiotika dengan menambah media yang diteliti, yaitu tidak hanya *artwork* saja. Namun beberapa media seni lainnya seperti lukisan maupun karikatur. Adapun untuk memahami makna maupun pesan yang secara spesifik terkandung di dalam karya-karya seni tersebut.
2. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan membahas hubungan antara *artwork* dengan keadaan sosial politik juga korelasinya dengan pesan-pesan yang diangkat dalam lirik. Adapun hal-hal tersebut ditinjau dalam relevansinya terhadap kehidupan sehari-hari.

Saran Praktis

1. Untuk ke depan Abud Maud bila ia membuat suatu karya yang berhubungan dengan Hellowar berupa *artwork*. Abud dapat memberikan visualisasi dan konsep yang lebih detail juga kompleks sesuai dengan pesan apa yang ingin dia sampaikan. Kemudian, dapat juga menghubungkan karya tersebut dengan isu-isu populer baik skala lokal maupun internasional.
2. Hellowar sebagai band yang memiliki pesan kritis diharapkan agar terus menghasilkan produk kreatifitas yang menyimpan nilai dan pesan mendalam bagi pendengar musik hardcore/punk. Sehingga akan memberikan nilai lebih bahwa komunitas underground memiliki esensi dan idealism dibalik tampilan visualnya yang tidak biasa. Dengan adanya hal tersebut akan menjadi perhatian oleh khalayak pada umumnya.
3. Dari segi pemasaran dan distribusi produk rilisan Hellowar agar memperluas jangkauannya, tidak hanya berpusat pada komunitas lokal namun kepada komunitas internasional juga. Kemudian, tidak hanya merilis dalam produk CD saja, contohnya dikemas dalam bentuk lain seperti kaset ataupun piringan hitam. Melihat antusiasme pendengar komunitas musik underground saat ini yang sedang marak mengkoleksi rilisan fisik dengan berbagai ragam bentuk. Daya tarik dari tampilan packaging juga diharapkan ditingkatkan dan semakin berkualitas. Tidak bisa dipungkiri bahwa hal-hal tersebut sangat penting, karena konsumen biasa melihat produk dari kemasannya terlebih dahulu.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Public Relations Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakmat, Jalaludin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- A.