

Analisis Semiotika Barthes dan Pierce Pada Iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api"

Bobby Halim^{1✉}, Hestia Lubis²

^{1,2}Universitas Indo Global Mandiri

bobby_dkv@uigm.ac

Abstract

Advertisements are not always live action, there are also full animations or even a mixture of live action and animation. The Promag advertisement "Amarah Bagaikan Korek Api" caught the author's attention, from a visual perspective it is actually not that stunning but the storyline is interesting and there are visual signs used to strengthen the messages to be conveyed. The Promag advertisement "Amarah Bagaikan Korek Api" is the work of a Production House (PH) called Ceritera Storytelling Production. In 2020, Ceritera received awards in categories such as Public Service, which showcase their creative efforts in film and other media. This study aims to determine the meanings contained in the Promag advertisement "Amarah Bagaikan Korek Api" through a semiotic study. This study applies a qualitative methodology by collecting data directly from the source through observation. The author uses 2 semiotics in this study, namely Roland Barthes' semiotics and Charles Sanders Pierce's semiotics. From this study, the author found that using 2 semiotic theories (Barthes and Pierce) can strengthen the arguments of visual studies, both still images / photos and image clips from a video. From this research, the following conclusions were found: (1) the Promag advertisement "Anger Like a Match" uses Personification in its creation concept. (2) the use of a combined semiotic study between Barthes and Pierce produced strong findings in each scene of the advertisement studied. (3) the placement of the product and its neatly arranged packaging in a video scene explains that the product is bona fide. (4) the concept of religion is always interesting for creators and the public who watch advertisements with religious nuances.

Keywords: Advertising, Promag, Semiotics, Barthes, Pierce.

Abstrak

Iklan tidak selalu *live action*, ada juga yang full animasi bahkan campuran antara *live action* dan animasi. Iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" menarik perhatian penulis, dari sisi visual sebenarnya tidak terlalu memukau tapi alur ceritanya yang menarik dan ada tanda-tanda visual yang dipakai untuk memperkuat pesan-pesan yang ingin disampaikan. Iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" ini karya dari *Production House* (PH) bernama Ceritera *Storytelling Production*. Pada tahun 2020, Ceritera menerima penghargaan dalam kategori seperti Layanan Publik, yang memamerkan upaya kreatif mereka dalam film dan media lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terdapat pada iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" melalui kajian semiotika. Penelitian ini menerapkan metodologi kualitatif dengan mengumpulkan data langsung dari sumbernya melalui observasi. Penulis menggunakan 2 semiotika pada penelitian ini, yaitu semiotika Roland Barthes dan semiotika Charles Sanders Pierce. Dari penelitian ini, penulis menghasilkan temuan bahwa menggunakan 2 teori semiotika (Barthes dan Pierce) dapat menguatkan argumen kajian visual baik gambar diam / foto maupun potongan-potongan gambar dari sebuah video. Dari penelitian ini ditemukan kesimpulan: (1) iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" menggunakan Personifikasi dalam konsep pembuatannya. (2) penggunaan kajian semiotika gabungan antara Barthes dan Pierce menghasilkan temuan-temuan yang kuat di setiap adegan iklan yang dikaji. (3) Penempatan produk beserta kemasan yang tersusun rapih dalam sebuah adegan video menjelaskan bahwa produk tersebut bonafide. (4) konsep religi masih selalu menarik bagi kreator maupun masyarakat yang menonton iklan-iklan bernuansa religi.

Kata kunci: Iklan, Promag, Semiotika, Barthes, Pierce.

Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Iklan seiring jaman mengalami perubahan baik secara visual maupun pesan-pesan yang disampaikan. Dari sisi visual jelas pengaruh dari teknologi, alat-alat yang digunakan dalam produksi hingga pasca produksi. Sebagai contoh, kamera yang digunakan untuk produksi iklan saat ini dibandingkan dengan 2 dekade lalu terasa sekali perbedaan kejernihannya. Dalam perkembangannya kamera DSLR yang biasa disebut dengan digital single lensa reflector

mengembangkan jenis kamera tipe terbaru Canon EOS C 500 Mark 2, jenis kamera ini menjawab tantangan dari perkembangan film dan video yang bersaing secara ketat [1]. Selain itu, alat yang canggih akan mempermudah pengguna (creator) dalam merekam video baik hasil akhirnya menjadi iklan maupun film.

Selain kamera alat selanjutnya yang tidak kalah penting yaitu komputer. Video-video yang sudah direkam dari kamera, dipindahkan ke komputer untuk

diolah (diedit) dari sisi durasi, warna, kecerahan, audio sampai finishing dengan menggunakan aplikasi video editing seperti Adobe Premiere [2]. Komputer juga mengalami perubahan dari tahun ke tahun, makin kencang dari sisi performa dan kapasitas penyimpanan (hardisk) semakin besar dan terjangkau. Dua hal tersebut berperan sangat penting dalam pengolahan video iklan.

Selanjutnya, perangkat lunak (*software*) mengalami perkembangan yang tidak kalah hebat dengan perangkat keras. Animasi bila jaman dulu dibuat secara manual seperti yang dilakukan Disney, maka saat ini sudah ada software khusus animasi. Salah satunya yaitu 3ds Max, software khusus untuk menciptakan objek 3D hingga dianimasikan, banyak perusahaan baik perfilman maupun Production House yang memakai software tersebut. Akan tetapi ada software animasi lainnya yang coba menggeser 3ds Max yaitu Blender. Blender mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan program animasi lain, yaitu: 1. Tidak membutuhkan ruang kapastias yang banyak. 2. Software Open Source, jadi dapat dijalankan di operating sistem Linux. 3. Tidak berat saat melakukan render. 4. Dan mudah untuk digunakan [3].

Iklan tidak selalu live action, tapi ada juga yang full animasi bahkan campuran antara live action dan animasi [4]. Di Indonesia sendiri sudah banyak iklan yang menampilkan perpaduan antara live action dan animasi, baik animasi 2D maupun 3D. Penulis pertama kali belajar aplikasi 3D dengan melihat tutorial 3D dari artikel Deddy Syamsuddin di majalah CHIP. Iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api” ditampilkan seperti sebuah film pendek. Film mempunyai kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi sasaran terhadap penonton [5].

Iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api” menarik perhatian penulis, dari sisi visual sebenarnya tidak terlalu memukau tapi alur ceritanya yang menarik dan ada tanda-tanda visual yang dipakai untuk memperkuat pesan-pesan yang ingin disampaikan. Iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api” tampil pada tahun 2022 saat bulan Ramadhan (puasa). Sehingga iklan ini menysasar bagi kaum Muslim yang memiliki masalah maag. Iklan ini diproduksi oleh PH Ceritera, sudah banyak brand besar yang digarap dari PH ini seperti Wuling, UBS Gold dan sebagainya.

Penulis berharap dari penelitian ini mendapatkan temuan baru maupun makna-makna tersembunyi dari iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api” dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian lainnya di kemudian hari.

2. Metodologi Penelitian

Dalam pendekatan semiotika sebagai metode penelitian, terdapat dua tahapan analisis. Tahap pertama adalah analisis individu, yang mencakup identifikasi jenis tanda, mekanisme atau struktur tanda,

serta makna tanda secara terpisah. Tahap kedua adalah analisis tanda sebagai bagian dari kombinasi atau kelompok, yaitu kumpulan tanda-tanda yang membentuk teks (text) [6].

Dalam hal ini, Piliang mengacu pada pendapat Thwaites yang menyebut teks sebagai kombinasi tanda-tanda [6] Analisis tanda secara individu melibatkan proses identifikasi dengan memisahkan elemen-elemen yang membentuk teks, seperti warna, bentuk, garis, bidang, figur, tipografi, dan sebagainya, yang memiliki makna masing-masing. Setelah itu, makna dari tanda-tanda individu tersebut dikaitkan dengan elemen-elemen lain yang membentuk teks. Penerapan metode ini memudahkan penulis dalam menganalisis dan menginterpretasikan data [7].

Penelitian ini menerapkan metodologi kualitatif dengan mengumpulkan data langsung dari sumbernya melalui observasi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati bagaimana objek penelitian berfungsi dan berperilaku dalam konteksnya [8]. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengungkap makna yang ada pada adegan-adegan iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api” Sebanyak 19 dari 33 scene yang dipilih sebagai sampel penelitian, dengan pertimbangan hanya scen/adegan penting saja yang dianalisa.

Analisis tanda secara individual melibatkan proses identifikasi dengan memisahkan elemen-elemen yang membentuk teks, seperti warna, bentuk, garis, bidang, figur, tipografi, dan sebagainya, yang memiliki makna masing-masing. Setelah itu, makna dari tanda-tanda individu tersebut dikaitkan dengan elemen lain dalam teks. Metode ini mempermudah penulis dalam menganalisis dan menginterpretasikan data [9].

Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua [10]. Denotasi adalah tingkat pertama yang merujuk pada realitas secara langsung dan eksplisit, sedangkan konotasi adalah tingkat kedua di mana tanda tidak lagi mengacu pada realitas yang sebenarnya, melainkan pada makna yang lebih implisit. Barthes menjelaskan bahwa denotasi adalah hubungan antara penanda dan petanda yang merujuk pada makna nyata atau realitas eksternal, sedangkan konotasi adalah tanda yang bersifat umum dan melibatkan fragmen ideologi, tempat di mana mitos dan ideologi beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda [11]. Dalam meneliti dapat menggunakan dua metode seperti artikel penelitian Kajian Semiotika Uang Kertas Rupiah Emisi 2016 dimana di dalamnya menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sander Peirce dan Roland Barthes [12].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Detik pertama-adegan pertama

Analisis dimulai dengan membahas detik pertama adegan pertama iklan Promag “Amarah Bagaikan Korek Api”. Gambar yang menjadi fokus analisis adalah logo Promag, yang dianalisis menggunakan konsep semiotika Pierce, yaitu *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign*. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana tanda-tanda yang terkandung dalam logo tersebut berperan dalam membangun makna dan menyampaikan pesan iklan secara simbolis, kontekstual, dan kualitatif. Lihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1: Logo Promag pada adegan pertama iklan.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Background polos berwarna putih mengisyaratkan kesucian karena iklan promag ini dalam rangka bulan Ramadan 1443H [13].

2. *Sinsign*

Logo Promag ditampilkan pada awal iklan sebagai pembuka dan identitas dari iklan tersebut.

3. *Legisign*

Latar putih polos diakui secara internasional sebagai Bersih. Logo Promag ukuran sedang dan berada di tengah layout, menunjukkan adegan ini menjelaskan brand suatu produk. Semua hal ini divisualisasikan secara jelas pada gambar 1.

Analisis konotasi, denotasi dan mitos.

1. Analisis Konotasi

Promag merupakan obat maag yang sangat populer di Indonesia, sehingga tidak ada makna tersembunyi dari tampilan adegan pertama ini.

2. Analisis Denotasi

Logo Promag jelas mengawali iklan ini sebagai iklan obat maag.

3. Analisis Mitos

Warna putih pada latar belakang adegan ini bermakna bersih suci sejalan dengan makna ibadah puasa

3.2. Detik 0.06 - adegan kedua

Pada detik ke-0.06, adegan kedua dalam iklan menampilkan tokoh Bunga yang berjalan sambil menekan ulu hati. Adegan ini dianalisis menggunakan konsep semiotika Pierce, yaitu *Legisign*, *Sinsign*, dan

Qualisign, untuk menggali makna tanda secara struktural dan kontekstual. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos berdasarkan teori Barthes juga diterapkan untuk memahami bagaimana pesan iklan ini dibangun melalui simbolisasi rasa sakit dan emosi yang dialami tokoh, serta hubungannya dengan makna budaya yang lebih luas. Lihat pada gambar 2 ini.



Gambar 2: Tokoh Bunga berjalan sambil menekan ulu hati.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 2, Bunga berjalan dengan menekan area lambung dan menampilkan ekspresi nyeri. Hal ini menjelaskan bahwa masih sakit di area lambung dan membuat perasaan tidak nyaman bagi Bunga.

2. *Sinsign*

Karena Bunga sedang sakit di bagian perut maka ia memegang dan menekan perutnya untuk menahan rasa sakit.

3. *Legisign*

Bunga memegang dan menekan perutnya sambil meringis menjelaskan bahwa ada masalah pada bagian perutnya. Siapapun di belahan bumi manapun, bila ia menekan perut sambil meringis menandakan ada masalah di bagian perutnya

Analisis konotasi, denotasi dan mitos

1. Konotasi

Tangan kanan Bunga menekan area lambung, menandakan ada masalah pada lambungnya. Banyak orang di sekeliling Bunga menandakan area pasar sedang ramai pengunjung.

2. Denotasi

Bunga sakit maag dengan ditunjukkannya gestur menekan lambung. Meski menahan sakit, Bunga harus tetap melaksanakan aktivitasnya.

3. Mitos

Pada adegan ini membenarkan bahwa seseorang yang sedang sakit boleh bepergian jalan-jalan misalnya ke pasar. Padahal kalau sakit, lebih baik istirahat di rumah

3.3. Detik 0.12 – adegan ketiga

Pada gambar ketiga, adegan menampilkan salah satu korek api yang terbakar. Analisis pada elemen visual

ini melibatkan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* menurut semiotika Pierce untuk mengungkap tanda-tanda yang berfungsi dalam menyampaikan pesan iklan. Selain itu, pendekatan Barthes melalui analisis konotasi, denotasi, dan mitos digunakan untuk menggali lapisan makna yang lebih dalam, menghubungkan visualisasi korek api dengan simbolisasi emosi, konflik, dan pesan budaya yang diusung oleh iklan. Lihat pada gambar 3 ini.



Gambar 3: Salah 1 korek api terbakar.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 3, visual 1 buah korek api sedang terbakar, sedangkan 1 buah korek api yang masih utuh dan jarak keduanya cukup jauh. Api menyala menampilkan keadaan panas, berbanding terbalik dengan korek api yang tidak terbakar.

2. *Sinsign*

Korek api sebelah kiri dalam keadaan terbakar sehingga sudah pasti panas. Sedangkan korek api sebelah kanan keadaan tidak terbakar.

3. *Legisign*

Api menyala dari korek api menandakan panas. Dan panas berkorelasi dengan emosi/kemarahan.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

1 korek api dalam keadaan utuh, 1 korek lagi dalam keadaan terbakar. Terdapat jarak antara kedua korek api tersebut. Hal ini menganalogikan emosi dengan korek api yang terbakar.

2. Denotasi

Hanya memperlihatkan dua korek api yang 1 keadaan utuh, 1 lagi keadaan terbakar.

3. Mitos

Pada adegan ini seolah-olah korek api dapat berdiri tegak dengan sendirinya padahal tidak jelas korek api tersebut diapakan agar dapat berdiri dengan tegak

3.4. Detik 0.17 – adegan ke-empat

Pada adegan yang menampilkan tokoh Bunga dengan ekspresi kesal, analisis difokuskan pada makna yang terkandung dalam ekspresi tersebut menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* dari teori

Pierce. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana ekspresi kesal tersebut berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan pesan emosional. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos berdasarkan teori Barthes diterapkan untuk mengungkap makna eksplisit dan implisit yang terkandung dalam ekspresi, serta kaitannya dengan konstruksi sosial dan budaya yang lebih luas lihat pada gambar 4 yang tersaji dibawah ini.



Gambar 4: Tokoh Bunga menampilkan ekspresi kesal

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 4, ekspresi kesal dari Bunga menjelaskan bahwa ia sedang tidak baik-baik saja. Mengacu pada adegan sebelumnya, ia kesal karena diserobot oleh seorang pria asing dalam antrian belanja di pasar.

2. *Sinsign*

Ekspresi wajah Bunga menatap tajam, dahi mengernyit dan bagian bibir naik ke atas menandakan bahwa Bunga sedang emosi (kesal).

3. *Legisign*

Ekspresi wajah menatap tajam, dahi mengernyit dan bagian bibir naik ke atas menandakan bahwa seseorang sedang emosi (kesal).

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Ekspresi wajah Bunga menatap tajam, dahi mengernyit dan bagian bibir naik ke atas menandakan bahwa Bunga sedang emosi (kesal).

2. Denotasi

Bunga benar-benar kesal akibat ulah pria yang tiba-tiba menyenggol dan menyerobot antrian dia.

3. Mitos

Ekspresi kesal tokoh Bunga seolah-olah ingin balas dendam maupun berbuat tindakan negatif

3.5. Detik 0.19 – adegan ke-lima

Pada adegan yang menampilkan api dari korek pertama menyulut korek di sebelahnya, analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* menurut teori Pierce untuk memahami peran tanda-tanda dalam menyampaikan pesan visual. Selain itu, pendekatan Barthes melalui analisis konotasi, denotasi, dan mitos digunakan untuk

menginterpretasikan makna eksplisit dan implisit dari adegan ini, termasuk simbolisasi penyebaran emosi dan dampak yang diilustrasikan melalui metafora api. Lihat pada gambar 5 dibawah ini.



Gambar 5: Api pada korek pertama menyulut korek sebelahnya

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Api dari korek api pertama menyulut korek api kedua sehingga 2 korek api tersebut terbakar dan panas.

2. *Sinsign*

Kedua korek api yang jaraknya berdekatan terbakar bersama-sama dan menghasilkan panas. Hal ini dikorelasikan dengan emosi (panas) tokoh Bunga disalurkan kepada tokoh Bapak Bertopi.

3. *Legisign*

Pada gambar 5, dua korek api berdekatan dan terbakar menandakan bahwa panas dapat menyambar benda di sekitarnya. Begitu juga emosi (marah) dapat menyambar orang di sekitarnya.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Visual 1 korek api terbakar di sebelah 1 korek api yang awalnya tidak terbakar, menyimbolkan bahwa emosi dapat menjangar bila berada berdekatan.

2. Denotasi

1 korek api utuh ikut terbakar karena didekatkan dengan 1 korek api yang sudah terbakar.

3. Mitos

Kedua korek api yang jaraknya berdekatan terbakar bersama-sama dan menghasilkan panas. Hal ini dikorelasikan dengan emosi (panas) tokoh Bunga disalurkan kepada tokoh Bapak Bertopi

3.6. Detik 0.24 – adegan ke-enam

Pada adegan yang menampilkan tokoh Bapak Bertopi dengan ekspresi kesal, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi makna yang terkandung dalam ekspresi tersebut menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* berdasarkan teori Pierce. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana ekspresi tersebut berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan emosi dan pesan tertentu. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos dari teori Barthes diterapkan untuk menggali makna eksplisit dan

implisit, serta bagaimana ekspresi kesal ini merefleksikan nilai-nilai budaya dan konteks sosial dalam iklan. Lihat pada gambar 6 ini.



Gambar 6: Tokoh Bapak Bertopi menampilkan ekspresi kesal.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 6, ekspresi kesal dari tokoh Bapak Bertopi menjelaskan bahwa ia emosi karena ucapan dari Bunga. Kejadian ini kelanjutan dari kejadian Bunga kesal karena diserobot oleh seorang pria yang tidak sabaran.

2. *Sinsign*

Bapak Bertopi menampilkan ekspresi wajah mata melotot dan otot bagian atas bibir naik, menandakan bapak ini sedang emosi.

3. *Legisign*

Baju berkerah menjadi standar pakaian pegolf pada tahun 1940an di seluruh dunia [14]. Baju berkerah (Polo) memiliki keunggulan yaitu bahannya yang adem, sehingga sangat nyaman dipakai berlama-lama di luar ruangan khususnya yang cenderung panas udaranya. Hal ini sejalan dengan visual toko Bapak Penjual yang berjualan di pasar.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Seorang bapak menampilkan ekspresi wajah mata melotot dan otot bagian atas bibir naik, menandakan bapak ini sedang emosi.

2. Denotasi

Visual seorang bapak yang sedang emosi dengan ditampilkan ekspresi wajah kesal.

3. Mitos

Bapak Bertopi menampilkan ekspresi wajah mata melotot dan otot bagian atas bibir naik, menandakan bapak ini sedang emosi

3.7. Detik 0.27 – adegan ke-tujuh

Pada adegan yang menunjukkan api mulai menyambar korek api lainnya, analisis dilakukan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam peristiwa tersebut menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* dari teori Pierce. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana tanda-tanda visual tersebut merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan oleh iklan. Selain itu, analisis konotasi,

denotasi, dan mitos berdasarkan teori Barthes diterapkan untuk menafsirkan makna eksplisit, simbolik, dan implisit dari adegan ini, termasuk kaitannya dengan metafora penyebaran emosi atau konflik yang divisualisasikan melalui elemen api lihat pada gambar 7 dibawah ini.



Gambar 7: Api mulai menyambar korek api lainnya.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 7, panas yang divisualkan dari api, menular dari korek api kedua ke korek api ketiga. Hal ini dapat dilihat karena jarak antar korek api yang berdekatan satu sama lainnya. Jarak yang dekat rentan dengan efek yang ditimbulkan oleh objek/tokoh di sebelahnya, seperti halnya posisi dari korek-korek api pada adegan ini.

2. *Sinsign*

Sederet korek api mulai terbakar dari korek api pertama di sebelah kiri ke sisi kanan. Panas dari api yang dihasilkan dari korek pertama ke korek sebelahnya dikorelasikan dengan emosi tokoh Bapak Bertopi ke tokoh Ibu Penjual.

3. *Legisign*

Api dari korek api yang terbakar bersifat panas [15]. Panas dikorelasikan dengan emosi manusia yaitu marah [16].

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Deretan korek api dengan jarak cukup dekat, api menjalar dari sisi kiri ke sisi kanan deretan korek api. Hal ini menyimbolkan emosi menjalar dari 1 orang ke orang lain yang jaraknya berdekatan.

2. Denotasi

1 korek api dari sisi kiri nomor 2 terbakar dan menyulut korek api di sebelah kanannya, terdapat 10 korek api totalnya.

3. Mitos

Sederet korek api mulai terbakar dari korek api pertama di sebelah kiri ke sisi kanan. Panas dari api yang dihasilkan dari korek pertama ke korek sebelahnya dikorelasikan dengan emosi seseorang yang dapat menular kepada orang disekitarnya

3.8. Detik 0.30 – adegan ke-delapan

Pada adegan yang menampilkan tokoh Bapak Bertopi yang menunjukkan emosi kepada tokoh Ibu Berjilbab, analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* dari teori Pierce untuk mengidentifikasi makna tanda-tanda yang muncul dari interaksi kedua tokoh. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana ekspresi emosi tersebut berfungsi dalam menyampaikan pesan visual. Selain itu, pendekatan Barthes melalui analisis konotasi, denotasi, dan mitos digunakan untuk menggali makna eksplisit dan implisit dari adegan ini, termasuk representasi konflik dan konstruksi sosial yang dihadirkan dalam iklan. Lihat pada gambar 8 ini.



Gambar 8: Tokoh Bapak Bertopi emosi kepada tokoh Ibu Berjilbab.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Emosi yang dirasakan oleh tokoh Bapak Bertopi, disalurkan ke orang lain yaitu tokoh Ibu Berjilbab seperti yang ditampilkan dari adegan ini. 2 tokoh lain yaitu perempuan muda yang sedang berbelanja pun merasakan hal tidak nyaman yang divisualkan melalui ekspresi wajah yang tidak mengenakan.

2. *Sinsign*

Bapak Bertopi menampilkan ekspresi kesal menandakan bahwa dia sedang emosi dan dapat melakukan hal tidak baik.

3. *Legisign*

Pada gambar 8, saling bertatap muka dan melakukan transaksi jual beli merupakan kegiatan utama di pasar [17]. Persis seperti visual pada adegan ke-sembilan.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Ada 3 tokoh dalam adegan ini yaitu Bapak pedagang dan 2 wanita konsumen. Ekspresi kesal bapak menandakan bahwa dia sedang emosi dan dapat melakukan hal tidak baik.

2. Denotasi

Ekspresi bingung ditampilkan oleh kedua wanita konsumen karena melihat tingkah Bapak yang meluapkan emosinya kepada orang lain.

3. Mitos

Bapak Bertopi menampilkan ekspresi kesal menandakan bahwa dia sedang emosi dan dapat melakukan hal tidak baik

3.9. Detik 0.34 – adegan ke-sembilan

Pada adegan yang menunjukkan api sudah menyulut korek api keempat, analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* menurut teori Pierce untuk menggali makna tanda-tanda visual yang muncul dalam iklan. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana hubungan antar tanda tersebut menciptakan makna yang lebih luas. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos menurut Barthes diterapkan untuk menginterpretasikan makna eksplisit dan implisit yang terkandung dalam adegan ini, termasuk simbolisasi penyebaran emosi atau konflik yang semakin meluas melalui metafora api yang tak terkontrol. Lihat pada gambar 9 ini.



Gambar 9: Api sudah menyulut korek api ke-empat.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. Qualisign

Pada gambar 9, panas yang divisualkan dari api, menular dari korek api kedua ke korek api ketiga. Hal ini dapat dilihat karena jarak antar korek api yang berdekatan satu sama lainnya. Jarak yang dekat rentan dengan efek yang ditimbulkan oleh objek/tokoh di sebelahnya, seperti halnya posisi dari korek-korek api pada adegan ini.

2. Sinsign

Sederet korek api mulai terbakar dari korek api pertama di sebelah kiri ke sisi kanan. Panas dari api yang dihasilkan dari korek pertama ke korek sebelahnya dikorelasikan dengan emosi tokoh Ibu Penjual ke tokoh Tukang Ojek.

3. Legisign

Sederet korek api yang berdekatan jaraknya menandakan bahwa mudah sekali api menjalar dari 1 korek ke korek lain di sebelahnya.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Korek api ke-4 dari sebelah kiri sudah mulai terbakar, hal ini menyimbolkan sudah ada 4 orang yang ikut terbakar emosinya akibat Bunga sebagai orang pertama yang emosi dan meluapkan kekesalannya kepada orang lain.

2. Denotasi

Korek api ke-4 dari 10 korek sudah terbakar. Hal ini menjelaskan bahwa deretan korek api yang berdekatan dapat mudah sekali ikut terbakar.

3. Mitos

Sederet korek api mulai terbakar dari korek api pertama di sebelah kiri ke sisi kanan. Panas dari api yang dihasilkan dari korek pertama ke korek sebelahnya dikorelasikan dengan emosi seseorang yang dapat menular kepada orang disekitarnya

3.10. Detik 0.46 – adegan ke-sepuluh

Pada adegan yang menampilkan tokoh Tukang Ojek yang hampir senggol tokoh Mbak, analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* menurut teori Pierce untuk mengidentifikasi makna yang terkandung dalam interaksi visual tersebut. Pendekatan ini memungkinkan kita untuk memahami bagaimana tindakan dan reaksi kedua tokoh berfungsi sebagai tanda yang membangun narasi emosional. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos menurut Barthes diterapkan untuk menggali makna eksplisit dan implisit dari adegan ini, termasuk simbolisasi ketegangan sosial atau konflik yang tercipta melalui situasi yang hampir memicu pertemuan fisik antara kedua tokoh. Lihat pada gambar 10 ini.



Gambar 10: Tokoh Tukang Ojek hampir senggol tokoh Mbak.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. Qualisign

Tukang Ojek mengendarai sepeda motornya ugal-ugalan karena ia sedang dalam keadaan emosi. Karena tindakannya, Mbak Pembawa Nampan menjatuhkan nampannya berisi barang-barangnya karena kaget hampir terserempet motor Tukang Ojek.

2. Sinsign

Tukang Ojek mengendarai sepeda motornya dengan serampangan dan hampir menyenggol tokoh Mbak Pembawa Nampan. Hal ini menandakan bahwa Tukang Ojek sedang dalam kondisi tidak berpikir jernih.

3. Legisign

Pada gambar 10, motor yang dikendarai Tukang Ojek berjalan tidak beraturan menandakan bahwa pengendaranya sedang dalam keadaan tidak stabil emosinya.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Terlihat Tukang Ojek tergesa-gesa mengendarai sepeda motornya, hal ini bermakna Tukang Ojek ingin segera menyelesaikan tugasnya meski membahayakan orang-orang di sekitarnya.

2. Denotasi

Tukang ojek memakai atribut lengkap dari helm dan jaket, hal ini menjelaskan bahwa dia berkendara dengan standar keamanan pada umumnya. Mbak pembawa nampan memakai nampan plastik yang menjelaskan bahwa nampan tersebut umum dipakai oleh masyarakat di Indonesia.

3. Mitos

Tukang Ojek mengendarai sepeda motornya dengan serampangan dan hampir menenggol orang lain menandakan bahwa Tukang Ojek tersebut sedang dalam kondisi tidak berpikir jernih

3.11. Detik 1.05 – adegan ke-sebelas

Pada adegan yang menampilkan tokoh Bunga meminum secangkir obat, analisis dilakukan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* berdasarkan teori Pierce untuk menggali makna tanda-tanda yang muncul dalam tindakan tersebut. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi bagaimana elemen visual dan tindakan tokoh merepresentasikan pesan iklan secara sistemik. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos menurut Barthes diterapkan untuk memahami makna eksplisit dan implisit dari adegan ini, termasuk simbolisasi pemulihan, harapan, dan solusi yang diwakili oleh tindakan meminum obat dalam konteks iklan. Lihat pada gambar 11 ini.



Gambar 11: Tokoh Bunga meminum secangkir obat.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 11, tonal hangat menjelaskan bahwa ada perbedaan waktu antara adegan ini dengan adegan lainnya. Rambut Bunga yang dikonde/cepol menandakan bahwa mempertimbangkan kesehatan [18].

2. *Sinsign*

Tokoh Bunga sedang mengarahkan secangkir obat ke mulutnya, hal ini menandakan bahwa ia sedang minum obat. Tonal pada adegan ini berbeda dengan tonal pada adegan-adegan sebelumnya, hal ini

menandakan bahwa ada perbedaan ruang dan waktu.

3. *Legisign*

Mulut Bunga yang sedang terbuka menandakan bahwa sedang minum sesuatu dari yang dipegangnya.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Tonal kecoklatan menjelaskan bahwa adegan ini berada di masa dulu yaitu keadaan subuh hari sebelum tokoh Bunga berangkat ke pasar. Gestur Bunga mengangkat sebuah tutup botol berisi cairan bermakna bahwa Bunga hendak meminum obat cair.

2. Denotasi

Tokoh Bunga sedang menenggak obat Promag untuk meredakan sakit maag-nya. Adegan ini memiliki tonal lebih coklat dan gelap yang menjelaskan bahwa adegan ini terjadi saat subuh sebelum Bunga berangkat ke pasar. Selain itu, rambut masih disanggul yang menekankan bahwa Bunga masih di rumah.

3. Mitos

Tonal pada adegan ini berbeda dengan tonal pada adegan-adegan sebelumnya, hal ini menandakan bahwa ada perbedaan ruang dan waktu

3.12. Detik 1.07 – adegan ke-duabelas

Pada adegan yang menampilkan visual obat Promag beserta kemasannya, analisis dilakukan menggunakan konsep *Legisign*, *Sinsign*, dan *Qualisign* dari teori Pierce untuk memahami bagaimana elemen visual ini berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan pesan utama iklan. Pendekatan ini mengungkap makna sistemik, kontekstual, dan kualitatif yang terkandung dalam representasi produk. Selain itu, analisis konotasi, denotasi, dan mitos menurut Barthes diterapkan untuk menggali lapisan makna eksplisit dan implisit, termasuk simbolisasi kepercayaan, kenyamanan, dan solusi yang diwakili oleh produk Promag dalam narasi iklan. Lihat pada gambar 12 ini.



Gambar 12: Visual obat Promag beserta kemasannya.

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 12, tampilan kotak kemasan obat Promag menandakan bahwa obat tersebut dikemas sangat

higienis. Tonal hangat dan tingkat kecerahan sedikit redup menandakan bahwa keadaan di dalam ruangan yang menggunakan lampu, bukan sinar matahari.

2. *Sinsign*

Visualisasi obat maag dengan merk Promag ditampilkan dalam bentuk botol beserta dengan cangkir dan kemasan dusnya. Hal ini menjelaskan bahwa obat Promag dikemas secara rapih dan profesional.

3. *Legisign*

Penempatan botol obat Promag dan kemasannya yang tersusun secara rapih menandakan bahwa Promag merupakan produk dari sebuah perusahaan profesional.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Tonal kecoklatan menjelaskan bahwa adegan ini berada di masa dulu yaitu keadaan subuh hari sebelum tokoh Bunga berangkat ke pasar. Visual obat Promag cair ditampilkan untuk menegaskan bahwa Promag merupakan obat maag terbaik bagi masyarakat Indonesia.

2. Denotasi

Visual obat Promag cair berupa sebuah botol, tutup bening sekaligus cangkir takaran obat dan kotak kemasannya menjelaskan bahwa obat Promag cair ini didesain secara profesional, higienis dan mudah dipakai oleh konsumen.

3. Mitos

Tonal hangat dan tingkat kecerahan sedikit redup menandakan bahwa keadaan di dalam ruangan yang menggunakan lampu, bukan sinar matahari.

3.13. Detik 1.13 – adegan ke-tigabelas



Gambar 13: Tokoh Bunga berjalan di pasar dengan tersenyum

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Visual pada gambar 13 lebih cerah dibandingkan dengan visual gambar 3. Hal ini bermakna bahwa adegan ini tokoh Bunga dalam keadaan ceria dan sehat dibandingkan dengan keadaan Bunga pada gambar ke-3.

2. *Sinsign*

Bunga berjalan di area pasar dengan wajah ceria. Hal ini menandakan bahwa suasana hati Bunga sedang baik-baik saja.

3. *Legisign*

Ekspresi senyum ceria Bunga menandakan bahwa dia sedang sehat. Senyum Bunga dengan bibir tertutup menandakan ia sedang bahagia [19].

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Adegan ini sama persis dengan adegan detik ke-7 hanya saja dari sudut pandang yang berbeda. Hal ini menjelaskan keadaan Bunga bila minum obat Promag dulu sebelum dia berangkat ke pasar.

2. Denotasi

Tulisan “Karena sakit maag nya reda, Bunga kini lebih lega dan sabar” menegaskan bahwa tokoh Bunga tidak sakit maag dan menjadi lebih sabar.

3. Mitos

Visual pada gambar 15 lebih cerah dibandingkan dengan visual gambar 3. Hal ini bermakna bahwa tokoh dalam adegan ini sedang ceria dan sehat

3.14. Detik 1.23 – adegan ke-empatbelas



Gambar 14: Korek api kedua geser kebawah agar terhindar dari api
Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

pada gambar 14, korek api yang bergeser ke bawah bermakna bahwa korek api tersebut menghindari dari kobaran api dari korek api sebelumnya. Hal ini dikorelasikan dengan tokoh Bunga yang memilih untuk tidak ikut terbakar amarah.

2. *Sinsign*

Visual sederet korek api dimana korek api kedua dari sebelah korek api pertama yang terbakar, bergerak ke bawah sehingga tidak ikut terbakar. Hal ini menjelaskan bahwa api (panas) tidak menjangar ke korek api lainnya.

3. *Legisign*

Visual korek api kedua bergerak ke bawah menandakan bahwa korek tersebut menghindari dari api yang menyala akibat korek api sebelumnya yang terbakar.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Korek api posisi ke-2 bergeser ke bawah dan tidak terkena api dari korek api pertama. Visual ini

menjelaskan bila seseorang memilih untuk tidak ikut terbakar amarah maka orang tersebut tidak emosi dan menularkan kepada orang lain.

2. Denotasi

Pada adegan ini ditampilkan korek api posisi ke-2 dari sebelah kiri bergerak ke bawah, sehingga korek ke-2 tidak ikut tersulut terbakar dari api yang menyala dari korek api pertama.

3. Mitos

Visual sederet korek api dimana korek api kedua dari sebelah korek api pertama yang terbakar, bergerak ke bawah sehingga tidak ikut terbakar. Hal ini menjelaskan bahwa api (panas) tidak menjalar ke korek api lainnya

3.15. Detik 1.45 – adegan ke-limabelas



Gambar 15: Pesan “jangan berikan amarah tempat untuk berpindah”

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Pada gambar 15, teks pesan yang warnanya kontras dengan latar belakang warna hijau menjelaskan bahwa pesan tersebut penting untuk disampaikan kepada pemirsa.

2. *Sinsign*

Teks “Jangan berikan amarah tempat untuk berpindah” dan latar belakang suasana pasar yang blur. Ini menunjukkan bahwa pembuat iklan berusaha menyampaikan pesan yang positif kepada penonton.

3. *Legisign*

Pada adegan ini ada bagian yang jelas dan kabur. Teks “Jangan berikan amarah tempat untuk berpindah” tampak jelas, sedangkan latar belakang suasana pasar ditampilkan secara kabur (blurry). Ketika mata kita memperhatikan objek sebuah gambar maka kita tidak akan pernah melihat latarbelakangnya atau latarbelakang itu akan tampak kabur. Sebaliknya jika kita fokuskan pengamatan kita pada latarbelakang maka objek gambar tersebut juga akan tampak kabur [20].

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Latar belakang suasana pasar yang blur dan teks 1 baris, hal ini bermakna bahwa pesan yang ingin disampaikan perlu visual latar belakang tapi yang tidak mengganggu pesan yang ingin disampaikan.

2. Denotasi

Tampak teks “Jangan berikan amarah tempat untuk berpindah” dan latar belakang suasana pasar yang blur. Hal ini jelas bahwa pencipta iklan ingin menyampaikan pesan positif kepada para penonton.

3. Mitos

Teks “Jangan berikan amarah tempat untuk berpindah” dan latar belakang suasana pasar yang blur. Ini menunjukkan bahwa pembuat iklan berusaha menyampaikan pesan yang positif kepada penonton

3.16. Detik 1.45 – adegan ke-enambelas



Gambar 16: Logo Promag beserta ucapan ibadah puasa 1443H

Legisign, Sinsign, dan Qualisign

1. *Qualisign*

Latar belakang putih bersih mengisyaratkan kesucian pada bulan puasa. Selain itu logo Promag tampil sangat jelas sebagai penutup dari iklan tersebut.

2. *Sinsign*

Logo Promag dan teks “Selamat menunaikan ibadah puasa 1443H” ditampilkan pada akhir iklan sebagai penutup dan mengucapkan selamat berpuasa bagi umat Muslim.

3. *Legisign*

Pada gambar 16, latar putih polos diakui secara internasional sebagai Bersih. Logo Promag ukuran sedang dan berada di tengah layout, menunjukkan adegan ini menjelaskan brand suatu produk. Teks “Selamat menunaikan ibadah puasa 1443H” menandakan iklan tersebut dalam rangka puasa 1443H.

Analisis Konotasi, Denotasi dan Mitos

1. Konotasi

Penulis berpendapat tidak ada konotasi pada tampilan adegan / babak ini.

2. Denotasi

Visual logo Promag dan teks “Selamat menunaikan ibadah puasa 1443H”. Sangat jelas ini bagian akhir dari iklan dan menjelaskan iklan ini resmi milik Promag sekaligus mengucapkan ibadah puasa 1443H.

3. Mitos

Logo Promag dan teks “Selamat menunaikan ibadah puasa 1443H” ditampilkan pada akhir iklan sebagai penutup dan mengucapkan selamat berpuasa bagi umat Muslim

4. Kesimpulan

Setelah menganalisa setiap adegan pada iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" dengan semiotika Roland Barthes dan Trikonomi Charles Sander Pierce maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, iklan Promag "Amarah Bagaikan Korek Api" menggunakan Personifikasi dalam konsep pembuatannya. Visual korek api yang terbakar menyulut korek api sebelahnya yang belum terbakar, hal ini sama halnya emosi seseorang yang menyulut amarah orang lain di sekitarnya.

Kedua, penggunaan kajian semiotika gabungan antara Barthes dan Pierce menghasilkan temuan-temuan yang kuat di setiap adegan iklan yang dikajji. Semiotika Barthes dan Pierce tidak saling kontradiktif sehingga dapat dipakai bersamaan dalam mengkaji suatu topik.

Ketiga, penempatan produk beserta kemasan yang tersusun rapih dalam sebuah adegan video menjelaskan bahwa produk tersebut bonafide.

Keempat, konsep religi masih selalu menarik bagi kreator maupun masyarakat yang menonton iklan-iklan bernuansa religia.

Daftar Rujukan

- [1] Kabelen, N. W. (2021). The Journey And Development Of Videography From Science To Become A Profession. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(2), 79–86. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v4i2.600>
- [2] Manesah, D., Suryanto, & Ramadani, M. (2022). Pelatihan Teknik Editing Video Iklan Menggunakan Adobe Premiere SMK Swasta Pulo Brayon Darat Kecamatan Medan Timur. *KALANDRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 9–14. <https://doi.org/10.55266/jurnalkalandra.v1i2.110>
- [3] Swara, G. Y. (2021). Pemanfaatan Visualisasi 3d Pada Multimedia Interaktif Dalam Pengenalan Penyakit Demam Berdarah. *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 8(1), 19–24. <https://doi.org/10.21063/jtif.2020.v8.1.19-24>
- [4] Dewanto, B. S., Arlando, C., Lukito, D. N. O., Prihandono, M. D. A., Susilo, S. N. A. P., Lemansyah, Y., & Ningsih, R. Y. (2023). Perkembangan Dan Penerapan Animasi Cgi Dalam Media Tayang. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 17(2), 45-56.
- [5] Fadilla, S. (2022). Analysis Of Surga Yang Tak Dirindukan 2 Films From Mise En Scene Perspective. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni*, 24(2), 185-206.
- [6] Piliang, Y. A., & Adlin, A. (2003). *Hipерsemiotika: tafsir cultural studies atas matinya makna*. Jalasutra.
- [7] Patriansah, M., Sapitri, R., & Prasetya, D. (2022). Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Rinso 'Yuk Mulai Bijak Plastik!' *Narada: Jurnal Desain Dan Seni*, 9(3). <https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i3.004>
- [8] Khanna, P. (2016). Book Review: Title: A Concise Introduction to Mixed Methods Research. *Evaluation Journal of Australasia*, 16(2), 36–37. <https://doi.org/10.1177/1035719x1601600206>
- [9] Patriansah, M., & Sapitri, R. (2022). Tanda Dalam Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat: Analisis Semiotika Peirce. *Demandia*, 7(1), 101. <https://doi.org/10.25124/demandia.v7i1.3654>
- [10] Putra, M. C. E. D., Putra, D. A., & Rullyanti, M. (2024). Analisis semiotika pesan moral dalam bungkus rokok. *Journal of Dehasen Educational Review*, 5(3), 147-152.
- [11] Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiologi*. Basabasi.
- [12] Halim, B., & Yulius, Y. (2021). Kajian Semiotika Uang Kertas Rupiah Emisi 2016. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 15(2), 17-32.
- [13] Yusuf, M., Sahudi, S., Sileuw, M., & Safitri, L. (2021). Menata Kontestasi Simbol-Symbol Keagamaan di Ruang Publik Kota Jayapura. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 5(2), 161–174. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v5i2.10190>
- [14] McClellan, K. (2010). The Evolution of Polo. *Journal of Sport History*, 37(2), 308–309. <https://doi.org/10.5406/jsporthistory.37.2.308>
- [15] Tania, S. D. (2024). Analisis Semiotika Pada Iklan Pocari Sweat "Saat Suhu Tubuh Naik, Jaga Cairan Tubuh Dengan Pocari Sweat." *ASKARA: Jurnal Seni Dan Desain*, 3(1), 28–35. <https://doi.org/10.20895/askara.v3i1.1274>
- [16] Fithri, N., Lestari, S. I., & Elisabeth Sianturi, N. (2024). Analisis Semiotika Pada Poster Film "Inside Out." *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 5(2), 81–90. <https://doi.org/10.53580/files.v5i2.66>
- [17] Zailani, M. A. Q., Iswadi, M., Yusran, Y., & Rahmatullah, N. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap pedagang muslim pasar tradisional (studi kasus Pasar Rudina Kecamatan Muara Jawa). *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 129–140. <https://doi.org/10.21093/bifej.v1i2.3922>
- [18] Yuliani Dewi, N. L. P. (2023). Tren Modifikasi Sanggul Perempuan Bali: Antara Estetis dan Etis. *Jnanasiddhanta: Jurnal Teologi Hindu*, 5(1), 71. <https://doi.org/10.55115/jnana.v5i1.4076>
- [19] Ni'amah, L. U., & Laili, N. (2019). Iklan Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Iklan Digital Dan Konsep Dakwah Pada Produk Kosmetik Wardah). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 17. <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.1257>
- [20] Rondhi, M. (2014). Fungsi seni bagi kehidupan manusia: Kajian teoretik. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 7(2), 115-128.