

ANALISIS SEMIOTIK PADA IKLAN BALIHO BIZHARE “YAKIN MAU KERJA SEUMUR HIDUP???” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES S. PIERCE)

Alifia Sabila Putri¹, Anandia Danita², Aprillia Putri³, Ardita Syalwa⁴, Farley Rafa Aurellia⁵,
Kharisma Aulia⁶, Khaza Sukma Sakinah⁷, Nur Mizaniyah Putri⁸
^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

¹alifia20002@mail.unpad.ac.id, ²anandia20001@mail.unpad.ac.id,
³aprillia20001@mail.unpad.ac.id, ⁴arditasyalwa@gmail.com, ⁵farley20001@mail.unpad.ac.id,
⁶kharisma20004@mail.unpad.ac.id, ⁷khaza20001@mail.unpad.ac.id,
⁸nur20009@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menginterpretasi makna dari baliho Bizhare yang merupakan sebuah perusahaan fintech yang bergerak di bidang investasi bisnis. Baliho Bizhare ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran (awareness) publik tentang investasi secara online di Bizhare. Poster juga dibuat untuk memperkenalkan pesan dalam kampanye kepada publik menggunakan elemen-elemen seperti gambar, warna, tulisan, bahkan simbol yang dikemas secara kreatif dan menarik. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang mengklasifikasikan tanda menjadi tiga kelompok yaitu, ikon, indeks, dan simbol. Pada penelitian ini, penulis membahas elemen visual seperti gambar, warna, tulisan, dan simbol yang ditampilkan pada baliho kampanye “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???” agar dapat mengetahui bagaimana elemen-elemen tersebut saling berinteraksi dan membentuk makna yang lebih kompleks. Adapun tanda-tanda yang ditemukan dalam poster, yaitu barcode, gambar handphone, gambar uang, tagar #TransparanBikinAman, tagar #PatunganAja, slogan “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???” dan warna ungu sebagai dasar poster.

Kata Kunci: Semiotika, Konstruksi, Baliho, Bizhare

ABSTRACT

This research interprets the meaning of Bizhare billboards, a fintech company engaged in business investment. This Bizhare billboard aims to increase public awareness about online investment in Bizhare. Posters are also created to introduce the message in the campaign to the public using elements such as images, colors, writing, and even symbols, which are packaged creatively and attractively. This research uses a constructivist paradigm with Charles Sanders Peirce's semiotic analysis, which classifies signs into three groups: icons, indices, and symbols. In this research, the author discusses visual elements such as images, colors, writing, and logos displayed on billboards for the campaign "Are you sure you want to work for the rest of your life???" to know how these elements interact with each other and form a more complex meaning. The signs found in the poster are barcodes, images of cellphones, pictures of money, the hashtag #TransparanBikinAman, the hashtag #PatunganAja, the slogan "Are you sure you want to work for the rest of your life???", and the color purple as the base of the poster.

Keywords: Semiotics, Constructivist, Billboard, Bizhare

Pendahuluan

Bizhare merupakan sebuah perusahaan *fintech* yang bergerak di dalam bidang investasi bisnis yang berdiri dengan nama PT Investasi Digital Nusantara. Bizhare memiliki visi agar dapat membantu lebih banyak Masyarakat Indonesia bebas secara finansial, perusahaan ini berdiri sejak tahun 2018. Bizhare didirikan dengan tujuan agar dapat menjadi sebuah penghubung antara penerbit bisnis dengan investor.

Dengan maraknya perusahaan *fintech* yang beredar di Indonesia saat ini, Bizhare memutuskan untuk melakukan sebuah kampanye unik yang dapat menarik mata *market target* yang dimiliki (Hafiar et al., 2017).

Saat ini, strategi promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat mempromosikan produk/jasanya semakin beragam. Strategi yang digunakan dapat dibagi menjadi 4 (empat) jenis, yakni: 1) Strategi periklanan, seperti pemasangan *out of home advertising* (OOH) seperti billboard, poster, dll, 2) Strategi penjualan pribadi, 3) Promosi penjualan, dan 4) Publisitas. (Lubis, 2004).

Dalam kampanye yang diselenggarakan oleh Bizhare, poster

digunakan untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) publik terhadap nilai yang ingin disampaikan oleh Bizhare, yaitu investasi secara *online* di Bizhare. Poster juga dibuat untuk memperkenalkan pesan dalam kampanye kepada publik menggunakan elemen-elemen seperti gambar, warna, tulisan, bahkan simbol yang dikemas secara kreatif dan menarik.

Poster juga digunakan oleh Bizhare untuk dapat menarik publik dan mendorong partisipasi publik dalam bentuk pemakaian aplikasi Bizhare untuk investasi secara *online* dengan mengoptimalkan penggunaan poster. Salah satu fungsi poster adalah untuk sebuah wadah komunikasi visual yang diharapkan dapat meningkatkan citra dari perusahaan dan menjadi sarana promosi produk sebuah perusahaan dan meningkatkan penjualan serta menaikkan jumlah pemakai aplikasi Bizhare.

Poster yang digunakan sebagai strategi promosi saat ini sudah beragam bentuknya, bahkan tidak sedikit poster yang memiliki *call to action* ke dalam internet agar *audience* lebih mudah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kampanye yang ingin disampaikan melalui poster tersebut.

Salah satu contoh perusahaan yang menggunakan poster dengan *call to action* ke dalam internet merupakan Bizhare dengan kampanye “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup?”



Gambar 1. Kampanye Bizhare “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup”

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada penelitian semiotik ini, penulis bertujuan untuk memahami arti atau pesan yang ingin disampaikan melalui elemen visual seperti gambar, warna, tulisan, dan simbol yang ditampilkan pada poster kampanye yang diadakan oleh Bizhare menggunakan analisis semiotik.

Dengan melakukan analisis ini, dapat dipahami bagaimana elemen-elemen visual dalam poster tersebut saling berinteraksi dan membentuk makna yang lebih kompleks. Selain itu, analisis semiotik juga dapat membantu kita untuk memahami konteks sosial, politik, atau budaya di

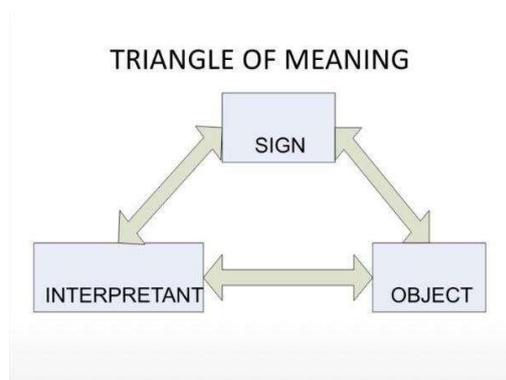
balik pesan yang disampaikan oleh poster tersebut.

Metode Penelitian

Semiotika merupakan cabang ilmu yang dikembangkan oleh Ferdinand deSaussure. Pada *Course in General Linguistics*, Saussure mendefinisikan semiotika sebagai “ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial” (Fieske, 2012). Secara mutlak, definisi tersebut menggambarkan bila tanda bagian dari kehidupan sosial maka terdapat relasi tanda bagian dari aturan-aturan sosial yang berlaku. Sistem tanda dan sistem sosial saling berkaitan sebab Saussure menegaskan bahwa adanya konvensi sosial yang mengatur penggunaan tanda secara sosial. Pengaturan tersebut meliputi pemilihan, pengombinasian, dan penggunaan tanda-tanda dengan cara tertentu sehingga mempunyai makna dan nilai sosial.

Pada analisis tersebut, sebuah tanda digunakan dengan maksud membangun sebuah pemahaman tertentu tentang sesuatu. Terdapat tiga bagian dalam analisis semiotik Charles S. Peirce; (1) tanda (*sign*), sesuatu yang berbentuk fisik, dapat ditangkap oleh panca indera, dan merupakan sesuatu yang merujuk hal lain di luar tanda itu

sendiri; (2) acuan tanda (objek), konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda; 3) pengguna tanda (*interpretant*), konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu (Pierce, 1982)



Gambar 2. Trikotomi Charles Peirce
Sumber: Siska Udilawaty & Apsari Dj.Hasan, (2022)

Hasil dan Pembahasan

Makna Uang Rp100.000,00 sebagai Elemen Dalam Iklan Bizhare

Pada poster Bizhare, di bagian paling atas terdapat visual/gambar mata uang Rp100.000,00. Elemen uang pada poster merupakan elemen yang ukurannya paling besar. Visual uang yang paling atas dan paling besar menandakan bahwa iklan pada poster Bizhare berkaitan dengan uang. Mata *audience* saat membaca iklan akan membaca pada bagian atas terlebih dahulu. Karena di bagian atas terdapat visual uang, *audience* pun

akan menginterpretasikannya sebagai iklan yang berkaitan tentang uang.

Bizhare merupakan perusahaan yang bergerak di bidang investasi bisnis. Investasi yang dilakukan pun dalam bentuk uang. Sehingga, makna uang Rp.100.000,00 pada poster adalah mengajak *audience* untuk melakukan investasi sebagai pemasukan pasif sekaligus mempersiapkan dana pensiun di hari tua saat sudah tidak bekerja.

Nominal uang yang digunakan pada poster adalah Rp100.000,00. Di mana, Rp100.000,00 merupakan pecahan mata uang yang paling besar. Hal ini juga menandakan jika kita melakukan investasi sejak dini, *return* investasi yang didapat pun akan bertambah besar.

Makna *Barcode* dalam Kampanye Bizhare

Pada poster yang dianalisis, Bizhare menampilkan *barcode* dengan ukuran yang cukup besar dan berada di posisi yang mudah untuk dilihat oleh target *audience* yang melihat poster. Hal ini menjelaskan bahwa *barcode* merupakan salah satu elemen dalam poster yang menyimpan inti utama dalam poster yang dibuat oleh Bizhare.

Barcode yang ada dalam poster dapat berfungsi sebagai CTA (*Call To*

Action) yang ada dalam kampanye yang dilakukan oleh Bizhare. Dengan menampilkan *barcode* dengan CTA “Scan Sekarang!”, Bizhare berusaha untuk mengajak *audience* yang melihat poster untuk dapat melakukan tindakan *scan* terhadap *barcode* yang ada dalam poster Bizhare agar dapat mengetahui lebih lanjut mengenai kampanye yang sedang dilakukan.

Penggunaan *barcode* dapat digunakan oleh Bizhare untuk memudahkan *consumer journey* yang akan dilalui oleh *audience* yang ingin mengetahui detail lebih lanjut mengenai kampanye. Dengan teknologi saat ini, melakukan *scanning* pada *barcode* dianggap jauh lebih mudah dibandingkan dengan mengingat dan memasukkan nomor telepon atau memasukkan URL. Dengan menggunakan *barcode*, Bizhare juga dapat mengimplikasikan bahwa Bizhare merupakan sebuah perusahaan yang mengikuti *trend* teknologi saat ini.

Makna Gambar “Handphone” dalam Kampanye Bizhare

Pada poster dari kampanye Bizhare menampilkan gambar *handphone* sebagai latar dari tulisan-tulisan di dalamnya. Hal ini

menjelaskan bahwa Bizhare selaku aplikasi investasi dapat diakses di *handphone* yaitu berupa aplikasi ataupun *website*.

Gambar *handphone* dapat menandakan Bizhare ingin menunjukkan bahwa aplikasinya cukup simpel dan tidak menyusahkan karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja yaitu melalui *handphone*. Penerapan ini dapat digunakan agar publik dapat dengan mudah menilai bahwa Bizhare merupakan sebuah aplikasi yang dapat diakses melalui *handphone*.

Makna Tagar #TransparanBikinAman

Selanjutnya, pada baliho Bizhare terdapat tagar #TransparanBikinAman. Kampanye tersebut sebagai wujud nyata Bizhare dalam menciptakan pengalaman dalam berinvestasi yang transparan dan aman di tengah maraknya kasus investasi bodong belakangan ini. Selain itu, kampanye ini dilakukan dalam rangka untuk memperkenalkan wajah dan semangat baru dengan hadir di beberapa titik jalan utama di wilayah Jakarta melalui pesan elektronik *Out of Home* yang mengajak masyarakat untuk menjadi bagian dari investasi #TransparanBikinAman.

Makna Tagar #PatunganAja

Salah satu simbol yang terdapat pada baliho Bizhare adalah tagar #PatunganAja yang ditampilkan dengan ukuran kecil di atas tulisan Bizhare. Menurut KBBI, patungan sendiri memiliki arti bersama-sama membeli, menyewa, dan sebagainya; bersama-sama mengumpulkan uang untuk suatu maksud. Penggunaan kata patungan pada tagar ini mengacu pada bentuk bisnis Bizhare sendiri yang merupakan perusahaan investasi bisnis dengan sistem *crowdfunding* atau skema gotong royong. Dengan menggunakan Bizhare, investor dapat memiliki bisnis bersama-sama dengan sistem urunan dana. Tagar #PatunganAja merupakan bentuk ajakan untuk berinvestasi dengan cara patungan menggunakan Bizhare.



Gambar 3. Hashtag #PatunganAja
Sumber: Akun Twitter @em_er_zet

Makna Slogan “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???”

Tanda simbol slogan dalam baliho ini, yaitu “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup?” mengindikasikan

objek yang ditampilkan berupa tulisan berwarna kuning, tiga tanda tanya, dan tanda kurung kurawal yang merupakan logo dari Bizhare. Interpretasi dari slogan ini adalah masyarakat Indonesia dapat menggunakan Bizhare sebagai investasi masa depan agar tidak perlu bekerja seumur hidup. Sesuai dengan latar belakang adanya Bizhare, yaitu 7 dari 10 orang di Indonesia mengalami masalah keuangan hingga harus bekerja kembali setelah pensiun, Bizhare hadir sebagai platform *crowdfunding* untuk memfasilitasi dalam berinvestasi agar dapat menjadi *passive income* untuk meraih kebebasan finansial. Penggunaan warna kuning diasosiasikan sebagai warna yang mencerahkan, memberi inspirasi, atau membawa harapan. Hal ini sejalan dengan tujuan dari Bizhare, yaitu memberikan harapan dan rasa optimis dalam memiliki kebebasan finansial di masa tua. Selain itu, warna kuning juga merupakan warna yang cukup mencolok sehingga dapat menarik atensi dan rasa penasaran publik. Penggunaan 3 (tiga) tanda tanya merupakan penegasan atas pertanyaan “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup?”. Hal ini juga mengindikasikan rasa ingin tahu yang besar dengan maksud dapat memikat rasa penasaran dari masyarakat Indonesia.

Makna Kampanye Bizhare

Dalam rangka memperkenalkan wajah dan semangat baru, Bizhare melalui kampanye nya #TransparanBikinAman, Bizhare hadir di beberapa titik jalan utama di wilayah Jakarta melalui pesan elektronik *Out of Home* yang mengajak masyarakat untuk menjadi bagian dari investasi yang #TransparanBikinAman. Transformasi logo dan *value* baru dari Bizhare sendiri mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat melalui trending topik Twitter sejak diperkenalkan pada 9 Januari 2023 lalu.

Dengan menghadirkan logo anyar yang lebih segar dan futuristik, Bizhare siap untuk mengoptimalkan layanan dengan semangat “*adding value*” melalui *re-branding* yang mereka lakukan. Sebagai *platform securities crowdfunding*, Bizhare telah berkembang bersama masyarakat dalam memajukan perekonomian Indonesia dengan semangat gotong-royong dalam memajukan bisnis UMKM dan waralaba selama hampir setengah dekade. Kampanye yang dilakukan Bizhare ini juga sebagai wujud nyata Bizhare dalam menciptakan pengalaman dalam

berinvestasi yang transparan dan aman di tengah maraknya kasus investasi bodong belakangan ini.

Hadirnya wajah baru Bizhare ini tentu dapat semakin memperkuat visi Bizhare untuk menjadi ekosistem bisnis dan investasi yang paling terintegrasi di Indonesia dalam membantu lebih banyak masyarakat Indonesia untuk bebas secara finansial. Adanya kampanye ini pun diharapkan seluruh pengguna Bizhare nantinya, baik investor maupun penerbit UMKM dapat secara langsung merasakan nilai tambah dan manfaat yang lebih besar lagi.



Gambar 4. Kampanye Bizhare
Makna Warna “Ungu” dalam Kampanye Bizhare
Sumber: mediaindonesia.com

Penggunaan warna ungu dalam kampanye Bizhare menginterpretasikan royalti, kesuksesan, dan kebijaksanaan. Warna ungu sendiri merupakan perpaduan sempurna antara stabilitas biru dan energi serta terdapat kekuatan merah yang menjadikannya warna paling

umum dalam barang-barang bermerek mewah. Dalam dunia pemasaran, warna ungu digunakan untuk menciptakan perasaan tenang bagi pelanggan atau masyarakat yang melihat iklan atau kampanye yang dilakukan Bizhare. Warna ungu disini juga dapat mewakili merek yang imajinatif dan kreatif.

Penerapan warna ungu pada kampanye Bizhare menggambarkan bahwa Bizhare melakukan sesuatu yang baru dan ingin membuktikan kepada konsumen serta masyarakat bahwa melalui Bizhare, masyarakat dapat melakukan investasi dengan aman.

Konstruksi Makna Simbol pada Iklan Bizhare

Dalam mencari makna yang terkandung dalam setiap elemen simbol iklan pada baliho Bizhare di atas, peneliti melakukan analisis mendalam terkait seluruh elemen yang digunakan. Elemen-elemen tersebut terdiri dari berbagai gambar, tanda baca, hingga kalimat yang terpampang dalam baliho. Hasil konstruksi makna dari keseluruhan iklan Bizhare #TransparanBikinAman merupakan pesan utama yang divisualisasikan melalui elemen uang,

logo Bizhare yang sangat menonjol, gambar *barcode*, dan kalimat pertanyaan yang menggelitik pembaca (Teks).

Dalam analisis Pierce, sebuah tanda digunakan dengan maksud membangun sebuah pemahaman tertentu tentang sesuatu. Pada bagian pertama tanda (*sign*) diartikan sesuatu yang berbentuk fisik, dapat ditangkap oleh panca indra, dan merupakan sesuatu yang merujuk hal lain di luar tanda itu sendiri (Effendi, 2022). Hal tersebut divisualisasikan pada tanda kurung kurawal besar sebagai pembungkus kalimat "YAKIN MAU KERJA SEUMUR HIDUP???". Tanda kurung kurawal tersebut merupakan logo dari Bizhare, tidak sebatas kurung kurawal sebagai tanda baca yang berarti memisahkan atau menyisipkan teks ke dalam teks lain.

Pada bagian kedua menurut teori Pierce, terdapat acuan tanda (objek). Di mana dalam hal ini dikonstruksi melalui empat lembar uang pecahan Rp100.000,00. Bizhare menjadikan elemen tersebut sangat *eye catching* dan menjadi poin utama ketika seorang pengendara atau pengamat di jalan melihat iklan tersebut. Guna menaikkan tingkat penasarannya akan iklan tersebut, secara psikologis desain, orang sebagai pengamat akan tertarik ketika melihat

hal-hal yang memfokuskan perhatiannya. Visualisasi uang di sini juga bukan semata-mata agar menarik pandangan pengamat namun juga diartikan sebagai objek yang sejalan dengan iklan yang dijual. Kampanye Bizhare yang mempersuasi investasi yang transparan dan aman dalam hal ini sangat berkaitan erat dengan uang yang akan diinvestasikan investor. Jadi, korelasi itulah yang berusaha disampaikan oleh kampanye ini.

Acuan tanda (objek) lainnya yang juga besar terpampang dalam iklan ini adalah *barcode*. *Barcode* dikonstruksikan sebagai CTA (*Call to Action*) untuk mengajak para pengamat dengan menjual nilai persuasif. Dua nilai konstruksi dari objek *barcode* adalah nilai Bizhare sebagai perusahaan yang mengikuti *trend* teknologi saat ini dan kemudahan yang ditawarkan dalam iklan untuk calon *consumer* sehingga dapat langsung mengakses kampanye Bizhare secara langsung.

Selanjutnya, acuan tanda (objek) dalam iklan Bizhare yang dikonstruksi melalui kalimat-kalimat pada baliho. Kalimat pertama terdapat hastag #PatunganAja yang berarti investor dapat memiliki bisnis

bersama-sama dengan sistem urunan dana, kalimat kedua "YAKIN MAU KERJA SEUMUR HIDUP???" yang dikonstruksi dengan maksud memberikan harapan dan rasa optimis dalam memiliki kebebasan finansial di masa tua, kalimat persuasif "Scan Sekarang!" yang dikonstruksi sebagai ajakan untuk melakukan aksi, dan hastag #TransparanBikinAman yang dikonstruksikan agar pengamat percaya bahwa Bizhare dapat menciptakan pengalaman dalam berinvestasi yang transparan dan aman di tengah maraknya kasus investasi bodong.

Pada bagian ketiga, pengguna tanda (*interpretant*) dalam hal ini adalah pengamat atau orang-orang yang menjadi sasaran iklan baliho Bizhare akan mengonstruksikan pemikirannya dari iklan yang dilihatnya dan menurunkannya ke suatu makna tertentu yang diharapkan sejalan dengan apa yang berusaha dikonstruksi Bizhare sebagai pembuat iklan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut: Poster dibuat untuk memperkenalkan pesan dalam kampanye kepada publik menggunakan

elemen-elemen seperti gambar, warna, tulisan, bahkan simbol yang dikemas secara kreatif dan menarik. Dalam hal ini, Bizhare menjadikan poster yang dikemas dalam bentuk baliho untuk mengiklankan produk yang dimiliki. Penelitian mengenai poster iklan Bizhare ini dianalisis menggunakan metode analisis semiotik di mana sebuah tanda digunakan dengan maksud membangun sebuah pemahaman tertentu tentang sesuatu.

Pada bagian pertama, ada tanda kurung kurawal berukuran besar yang merupakan logo dari Bizhare dan digunakan untuk *highlight* pesan utama dari iklan ini.

Pada bagian kedua menurut teori Pierce, terdapat acuan tanda (objek) yang terdiri dari empat lembar uang pecahan Rp100.000,00 yang digunakan untuk mempersuasi investasi yang transparan dan aman dalam hal ini sangat berkaitan erat dengan uang yang akan diinvestasikan investor; *barcode* dikonstruksikan sebagai CTA (*Call to Action*) untuk mengajak para pengamat dengan menjual nilai persuasif dan menjual Bizhare sebagai *platform* yang melekat

teknologi; hastag #PatunganAja yang berarti investor dapat memiliki bisnis bersama-sama dengan sistem urunan dana; kalimat "YAKIN MAU KERJA SEUMUR HIDUP???" yang dikonstruksi dengan maksud memberikan harapan dan rasa optimis dalam memiliki kebebasan finansial di masa tua; kalimat persuasif "Scan Sekarang!" yang dikonstruksi sebagai ajakan untuk melakukan aksi; dan hastag #TransparanBikinAman yang dikonstruksikan agar pengamat percaya bahwa Bizhare dapat menciptakan pengalaman dalam berinvestasi yang transparan dan aman.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti menyarankan, sebaiknya iklan dibuat sedemikian jelas dan tidak menimbulkan multitafsir pada elemen dan simbol yang digunakan. Karena, dalam poster iklan Bizhare ini masih terdapat beberapa kecenderungan dalam mengartikan sebuah makna yang terpampang dalam iklan sehingga menghambat pemaknaan secara baik dan tepat sesuai pembuat iklan.

Referensi

Fieske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3rd ed., Vol. 1). Rajawali Press.

-
- Hafiar, H., Mahameruaji, J. N., & Rahmawan, D. (2017). Analisis Semiotika Pada Cover Novel Trilogi Karya Vira Safitri. *Jurnal Nomosleca*, 3(1).
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i1.1177>
- Pierce, C. P. (1982). *Logic as Semiotics: The Theory of Sign* (Vol. 1). Indiana Universty Press.
- Pratama Effendi, A. (2022). The Representation of Society Criticism on Meme (Semiotic Analysis of Charles Sanders Pierce on Politician Billboard Memes). *Advances in Social Sciences Research Journal*, 9(6), 329–343.
<https://doi.org/10.14738/assrj.96.12600>
- Siska Udilawaty, & Apsari Dj.Hasan. (2022). Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce Terhadap Logo Provinsi Gorontalo. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 15(2), 410–428.
<https://doi.org/10.51903/pixel.v15i2.895>