

Representasi Makna Kebajikan Sebagai Kekuatan pada Iklan Biskuat

Ayu Dwiastuti*, Firmansyah

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ayudwiastuti@gmail.com, firmansyah.ivan@unisba.ac.id

Abstract. service or idea to the general public. Advertisements are usually short in duration but contain interesting messages and meaning and can help viewers choose the product they are looking for. Likewise, with the Biskuat advertisement. The advertisement for the 2023 Goodness is More Important edition of Biskut depicts a child who is running to lead the competition, but he realizes that the child running next to him has fallen, even though he was leading the front, but when he saw his partner fall he thought better of it, then turned around and ran to help his partner. The child ran to his parents, saying "mother said kindness is more important than winning". In this Biskuat advertisement, it can be seen that the mother is providing character education to her child. The object of this research is a snippet of a scene in the 2023 edition of the Biskuat advertisement, Goodness is More Important than winning the competition. The aim of the researcher in this research is to identify the signs contained in the advertisement, then analyze them using Roland Barthes' semiotic theory and explain the meaning. denotative and connotative of these signs. The research method used is a qualitative method, a method that focuses on collecting descriptive data. The results of this research provide the message that true success is not only measured by winning, but by the positive impact and goodness we bring to others. This will be a strength as well as a legacy and reputation for that person, because people who are known for their kindness usually have a better reputation compared to those who only focus on winning.

Keywords: *Representation, Advertisement, Biskuat, Semiotics.*

Abstrak. Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan atau menginformasikan suatu produk, jasa atau ide kepada khalayak umum. Iklan biasanya berdurasi singkat namun berisi pesan serta makna yang menarik dan dapat membantu penonton memilih produk yang mereka cari. Sama halnya dengan iklan Biskuat. Iklan biskuat edisi kebaikan lebih penting tahun 2023 menggambarkan seorang anak yang sedang berlari memimpin pertandingan, namun dia menyadari anak yang berlari di sampingnya terjatuh. Walaupun sudah memimpin terdepan, karena melihat rekannya jatuh dia mengurungkan niatnya, lalu berbalik arah dan berlari menolong rekannya itu. Anak tersebut berlari mendekati orang tuanya, sambil berkata "kata ibu kebaikan lebih penting daripada kemenangan". Pada iklan Biskuat ini terlihat bahwa sang ibu telah memberikan pendidikan karakter pada anaknya. Objek pada penelitian ini adalah potongan gambar dalam adegan yang terdapat pada iklan Biskuat edisi kebaikan lebih penting tahun 2023. Tujuan yang dimiliki oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam iklan tersebut kemudian menganalisisnya menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan menjelaskan makna denotatif, konotatif, dan mitos. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, metode yang berfokus pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini memberikan pesan bahwa keberhasilan sejati tidak hanya diukur dari kemenangan, tetapi dari dampak positif dan kebaikan yang kita bawa kepada orang lain. Ini yang akan menjadi kekuatan serta warisan dan reputasi bagi orang tersebut, karena orang yang dikenal karena kebaikannya biasanya memiliki reputasi yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang hanya berfokus pada kemenangan.

Kata Kunci: *Representasi, Iklan, Biskuat, Semiotika.*

A. Pendahuluan

Media massa saat ini telah mempengaruhi perkembangan teknologi dan informasi, salah satunya sebagai carrier yang membawa pesan serta informasi kepada masyarakat umum. Menurut Jay Black and Frederick C. Whitney dalam Nurudin (2009:12) menyatakan bahwa “*Mass communication is a process that involves large-scale production aimed at a broad, anonymous, and diverse audience through mass media*”, yang berarti komunikasi massa adalah proses yang melibatkan produksi berskala besar yang ditunjukkan kepada khalayak luas, anonim (tanpa nama) dan beragam melalui media massa.

Saat ini, iklan bukan saja sebagai media promosi namun memiliki arti luas sebagai media yang membujuk (persuasif), menceritakan (deskriptif), bahkan bisa menjadi propaganda (mempengaruhi pandangan bahkan persepsi) melalui simbol atau *sign* yang masuk ke dalam ranah semiotika. Semiotika atau bisa disebut juga ilmu semiologi, dinyatakan sebagai ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign theory* (Danesi, 2000). Menurut Aart van Zoest (Semiotika, 1993: 1) Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda. Iklan dapat memunculkan simbol serta tanda sebagai bentuk ungkapan dari suatu pesan yang memiliki makna untuk disampaikan.

Misalnya ada pada iklan Biskuat, iklan Biskuat menggambarkan sikap mental dan didikan di dalam keluarga yang sangat kuat. Iklan Biskuat berlangsung selama tidak lebih dari 30 detik yang digambarkan utamanya bagaimana anak tersebut menjunjung tinggi nilai sportivitas. Hal ini berhubungan dengan pendekatan semiotika yang menampilkan tanda-tanda. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika karena peneliti ingin mengetahui representasi makna kebaikan sebagai kekuatan dan pendidikan karakter di dalam keluarga. Iklan Biskuat edisi "Kebaikan Lebih Penting" tahun 2023 merupakan contoh yang menarik untuk dianalisis, karena memanfaatkan berbagai simbol dan pesan yang mendalam untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan positif kepada masyarakat, terlebih lagi target pasar dari produk Biskuat adalah anak-anak yang kelak akan menjadi penerus bangsa. Oleh karena itu, untuk memahami makna yang tersembunyi di balik iklan ini, analisis semiotika dapat menjadi alat yang efektif.

Media massa saat ini, yang menggunakan iklan sebagai sarana promosinya, secara tidak langsung membawa pesan yang tersurat dan tersirat kepada penontonnya. Potongan-potongan gambar bergerak (klip video) dalam hal ini, adalah sebagai visualisasi pesan yang berfungsi untuk menyampaikan misi produsen agar audiensi tertarik dan mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh, produk makanan yang dipasarkan tidak hanya sekadar menawarkan kesehatan, gizi, dan rasa yang enak, tetapi juga menyampaikan pesan-pesan khusus dan nilai sosial yang lebih penting daripada sekadar memenuhi keinginan sesaat untuk menang.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah disampaikan maka penelitian ini akan berfokus pada “Bagaimana makna semiotika Roland Barthes yang terkandung dalam iklan Biskuat dan bagaimana interpretasi dari makna tersebut?”, Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi kebaikan sebagai kekuatan dalam iklan Biskuat dilihat dari makna denotasi.
2. Untuk mengetahui bagaimana representasi kebaikan sebagai kekuatan dalam iklan Biskuat dilihat dari makna konotasi.
3. Untuk mengetahui bagaimana representasi kebaikan sebagai kekuatan dalam iklan Biskuat dilihat dari makna mitos

B. Metode

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mencoba mencari temuan awal dari penyelidikan masalah yang berhubungan dengan data dalam bentuk cerita dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode ini, dapat memberikan pendekatan secara terperinci, kesediaan peneliti untuk menganalisis data, melalui teknik pengumpulan data, dan pemeriksaan keabsahan temuan. Laporan penelitian membutuhkan suatu penerapan tentang konsep masing-masing konsep yang baik (Dr. Wahidmurni, 2017). Dalam metode penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan

semiotik mensyaratkan peneliti untuk memahami visualisasi topik masalah yang komprehensif dan berbasis fakta. Oleh karena itu, metode penelitian kualitatif adalah yang paling tepat. Metode kualitatif selaras untuk penelitian karena sifatnya yang mendeskripsikan suatu fenomena yang tidak memerlukan suatu pengujian dengan metode statistik, namun hanya memanfaatkan teori sebagai penjelas yang diakhiri dengan sebuah teori konstuksi. Penelitian ini menggunakan subjek iklan Biskuat Indonesia yang di tayangkan pada tahun 2023. Iklan Biskuat tayang di berbagai media seperti: stasiun televisi dan juga youtube. Objek penelitian di pilih dengan cara menganalisis potongan-potongan gambar dalam adegan iklan Biskuat yang berkaitan dengan fokus masalah penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data 1



Gambar 1. Menit 0:00:00

Scene yang menggambarkan *grand opening* turnamen lari, dengan sekelompok anak yang akan melakukan lomba pertandingan lari jarak dekat di dalam sebuah stadion dengan suasana pada pagi hari. Didalam scene memperlihatkan penonton duduk di podium dan memberi semangat kepada peserta lomba dengan yel-yel serta kata-kata semangat. Wasit Pertandingan tengah mendata para peserta dengan Kameramen yang terlihat telah mempersiapkan kameranya untuk mengabadikan momen berharga tersebut. Dalam scene ini pengambilan gambar diambil dengan teknik *Long Shot (LS)* yang bertujuan untuk menampilkan subjek secara penuh dan luas bersama latar belakangnya. Sementara Audio yang digunakan berupa Instrumen musik.

Data 2



Gambar 2. Menit 0:00:1

Dalam scene ini memperlihatkan seorang anak yang mengambil Biskuit dari bungkusnya yang berlogo Biskuat. Dibungkus tersebut terdapat gambar siluet harimau. Sang anak memakai kostum olahraga berwarna merah dan bungkus yang dipegang berwarna merah. Di dalam *scene* ini pengambilan gambar dilakukan dengan teknik *Close up (CU)* karena berfokus pada detail dari produk yang diiklankan yaitu biskuit Biskuat. Sementara audio yang digunakan berupa Instrumen musik.

Data 3**Gambar 3.** Menit 0:00:6

Memperlihatkan sekelompok anak sedang mengambil posisi ancap-ancang untuk melakukan lari jarak pendek atau sprint. Total pelari yang tertangkap kamera berjumlah enam orang. Anak yang memakan biskuit menggunakan kostum berwarna merah dengan posisi lebih tinggi dibandingkan dengan rekan-rekan lainnya. Raut wajahnya seperti sedang berteriak, mengaum seperti layaknya Harimau dengan posisi seperti lebih siap untuk berlari. Teknik pengambilan gambar dalam scene ini adalah *medium long shot (MLS)* yang dapat menampilkan beberapa orang sekaligus didalam framenya. Audio yang terdapat dalam scene ini berupa instrument musik.

Data 4**Gambar 4.** Menit 0:00:5

Di dalam scene ini terlihat ekspresi seorang anak yang sedang melakukan start, serta adanya aba-aba untuk memulai perlombaan dengan raut wajah yang digambarkan terdapat harimau di dalam tubuhnya. Teknik pengambilan gambar dalam scene ini adalah *Close-Up (CU)* karena menampilkan ekspresi dari anak tersebut secara dekat. Audio yang terdapat dalam scene ini berupa instrument musik.

Data 5**Gambar 5.** Menit 0:00:8

Seorang anak berlari di atas lintasan dengan upaya mendahului rekan-rekannya dalam sebuah stadion dengan sekitar tiga orang yang berusaha untuk didahuluinya, terlihat siluet harimau yang keluar dari tubuh anak tersebut. Teknik pengambilan gambar dalam scene ini adalah *medium long shot (MLS)* yang dapat menampilkan beberapa orang sekaligus didalam framenya. Audio yang

terdapat dalam scene ini berupa instrument musik.

Data 6



Gambar 6. Menit 0:00:16

Dalam scene ini memperlihatkan dua orang pelari berjalan bersama menuju garis finis. Para pelari saling merangkul, karena pelari yang berbaju hitam terjatuh di lintasan lari. Pelari berkostum merah berbalik arah menuju rekannya yang jatuh. Hingga keduanya mencapai garis finis secara bersama-sama. Rekan-rekan pelari yang telah terlebih dahulu mencapai finis, turut menyemangati. Ada tulisan di mana ada kekuatan di sana ada kebaikan. Tulisan ini sebagai tagline atau highlight dari frame ini. Teknik pengambilan gambar dalam scene ini adalah *Medium Long Shot (MLS)* yang dapat menampilkan beberapa orang sekaligus didalam framenya. Audio yang terdapat dalam scene ini berupa instrument musik dan juga *voice over*.

Data 7



Gambar 7. Menit 0:00:19

Scene ini menggambarkan seorang anak yang disambut orang Tuanya. Pesan Suara Terdengar bahwa sang anak berkata “kata ibu kebaikan lebih penting daripada kemenangan”. Teknik pengambilan gambar dalam scene ini adalah *Medium Long Shot (MLS)* yang dapat menampilkan beberapa orang sekaligus didalam framenya. Audio yang terdapat dalam scene ini berupa instrument musik dan juga *voice over* sang anak yang berkata. “kata ibu kebaikan lebih penting daripada kemenangan”.

Berdasarkan data scene diatas terdapat makna denotatif, konotatif serta mitos, berikut adalah pembahasannya:

1. Makna Denotatif, sekelompok anak akan melakukan lomba pertandingan lari jarak dekat di dalam sebuah stadion dengan suasana pada pagi hari. Penonton yang duduk di podium tengah memberi semangat kepada peserta lomba dengan yel-yel serta kata-kata semangat. Wasit Pertandingan tengah mendata para peserta dengan Kameramen yang tengah mempersiapkan kameranya untuk mengabadikan momen berharga tersebut. Selanjutnya seorang anak mengambil biskuit dari bungkusnya. Sang anak memakai kostum olahraga berwarna merah dan bungkusnya yang dipegang juga berwarna merah. Sekelompok Anak sedang mengambil posisi untuk lari jarak pendek atau *Sprint*. Total pelari yang tertangkap kamera berjumlah enam orang. Anak yang memakan biskuit menggunakan kostum berwarna merah dengan posisi lebih tinggi dibandingkan dengan rekan-rekan lainnya. Raut muka seperti sedang berteriak, mengaum (seperti Harimau) dengan posisi seperti lebih siap untuk berlari. Ekspresi seorang

anak yang sedang melakukan start aba-aba untuk memulai perlombaan dengan raut muka digambarkan terdapat harimau di dalam tubuhnya. Dua orang pelari berjalan bersama menuju garis *finish*. Pelari saling merangkul, karena ada salah satu pelari yang memakai baju hitam terjatuh di lintasan lari. Pelari berkostum merah berbalik arah menuju rekannya yang jatuh, hingga keduanya mencapai garis finis secara bersama-sama. Rekan-rekan yang telah terlebih dahulu mencapai *finish*, turut menyemangati. Ada tulisan di mana ada kekuatan di sana ada kebaikan. Tulisan ini sebagai *tagline* atau *highlight* dari *frame* ini. Seorang anak yang disambut orang tuanya, pesan suara terdengar bahwa ibunya berkata kebaikan lebih penting daripada kemenangan.

2. Makna Konotatif, yaitu nilai karakter mandiri merupakan sikap dan perilaku tidak bergantung pada orang lain dan mempergunakan segala tenaga, pikiran, waktu untuk merealisasikan harapan, mimpi dan cita-cita. Pelajar yang mandiri memiliki etos kerja yang baik, tangguh, berdaya juang, profesional, kreatif, keberanian, dan menjadi pembelajar sepanjang hayat. Makna kekuatan fisik Harimau, sering dikaitkan dengan kekuatan fisik yang luar biasa dan kemampuan bertarung. Makna Keberanian dalam banyak budaya, harimau melambangkan keberanian dan kemampuan menghadapi tantangan dengan penuh keberanian. Harimau di dalam tubuh anak bisa melambangkan kekuatan batin yang luar biasa yang dimiliki oleh anak tersebut. Ini bisa berarti anak tersebut memiliki potensi besar untuk menghadapi tantangan dengan keberanian. Sementara terdapat juga makna keberanian alami, Tindakan ini bisa menunjukkan bahwa anak tersebut memiliki keberanian alami yang akan tumbuh seiring dengan waktu serta potensi Besar. Harimau melambangkan potensi besar dan kekuatan yang mungkin belum tampak. Ini menunjukkan bahwa anak tersebut memiliki kemampuan luar biasa yang akan berkembang seiring dengan waktu. Perkembangan pribadi anak yang membawa simbol harimau dalam dirinya mungkin akan mengalami pertumbuhan pribadi yang signifikan, menjadi seseorang yang kuat dan berpengaruh.
3. Makna Mitos dalam hal ini adalah semangat sportifitas diantara anak-anak untuk bersaing secara kompetitif dan jujur. Anak tersebut memiliki semangat dan keyakinan dan keberanian seperti layaknya seseorang memiliki tenaga harimau. Berteriak lantang bermakna simbol keberanian, anak yang berteriak lantang dan siap berlari mungkin melambangkan keberanian dan kesiapan menghadapi tantangan. Tindakan ini bisa diartikan sebagai tanda bahwa anak tersebut memiliki potensi kepemimpinan yang kuat di masa depan. Penggambaran seekor harimau berarti juga merupakan simbol keberanian. Anak tersebut mungkin dilihat sebagai calon pahlawan yang memiliki keberanian besar untuk menghadapi segala tantangan. Dalam hal ini keberhasilan secara kolektif. Mitos ini menekankan bahwa keberhasilan sejati adalah keberhasilan yang dicapai bersama-sama, bukan kemenangan individu. Ini menunjukkan bahwa kita semua dapat meraih pencapaian yang lebih besar ketika bekerja bersama. Mencapai kepuasan bersama, membantu teman menuju garis *finish* memberikan rasa kepuasan dan kebahagiaan yang lebih dalam, karena keberhasilan dicapai melalui kerja sama dan dukungan satu sama lain. Mitos ini mengajarkan bahwa keberhasilan sejati tidak hanya diukur dari kemenangan, tetapi dari dampak positif dan kebaikan yang kita bawa kepada orang lain. Ini yang akan menjadi warisan dan reputasi bagi orang tersebut, karena orang yang dikenal karena kebaikannya biasanya memiliki reputasi yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang hanya berfokus pada kemenangan.

D. Kesimpulan

Iklan biskuit ini menjelaskan bahwa kita harus mempunyai kebaikan didalam diri dan menekankan bahwa keberhasilan sejati adalah keberhasilan yang dicapai bersama-sama, bukan kemenangan individu. Ini menunjukkan bahwa kita semua dapat meraih pencapaian yang lebih besar ketika bekerja bersama. Mencapai kepuasan bersama, membantu teman menuju garis finish memberikan rasa kepuasan dan kebahagiaan yang lebih dalam, karena keberhasilan dicapai melalui kerja sama dan dukungan satu sama lain. Keberhasilan sejati tidak hanya diukur dari kemenangan, tetapi dari dampak positif dan kebaikan yang kita bawa kepada orang lain. Ini yang akan menjadi warisan dan reputasi yang baik bagi seseorang, karena orang yang dikenal karena kebaikannya biasanya memiliki reputasi yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang hanya berfokus pada kemenangan. Hal ini tentunya bisa menjadi kekuatan untuk seseorang.

Ucapan Terimakasih

Pertama-tama peneliti ingin berterimakasih kepada Allah swt. yang telah memberikan nikmat serta karunianya sehingga diberikan kesehatan dan bisa menyelesaikan penelitian ini dengan lancar hingga sampai ke tahap akhir. Terimakasih juga untuk kedua orangtua serta dosen pembimbing bapak Firmansyah, S.I.Kom., M.Si. yang sudah membimbing dalam penelitian ini. Peneliti juga berterimakasih khususnya kepada dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah mendidik peneliti dengan ilmu yang bermanfaat.

Daftar Pustaka

- Aart, V. Z. (1993). *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan dengannya*. Yayasan Sumber Agung.
- Agustin, C., Risnawati, R., & Yusron, A. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PESAN MORAL DALAM ISLAM PADA IKLAN AQUA: “SAMBUT KEBAIKAN RAMADHAN BERSAMA AQUA” DI INSTAGRAM PADA TAHUN 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 30–44. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.260>
- Al Habib, H. H. (2020). *Representasi Makna Patah Hati Melalui Lirik Lagu Pamer Bojo- Didi Kempot: Analisis Semiotik Roland Barthes [Undergraduate Thesis]*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Alexander, R. S. (1965). *Marketing Definition*. American Marketing Association.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif (Cetakan 2)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (R. Karyanti, Ed.; Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Cahyo, A. D. (2017). *Representasi Makna Jawara dalam Film Jawara Kidul (Analisis Semiotika Roland Barthes) [Undergraduate Thesis]*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Chaer, A. (2007). *Linguistik Umum*. Rineka Cipta.
- Dai, L., & Wang, L. (2015). Review of Family Functioning. *Open Journal of Social Sciences*, 03(12), 134–141. <https://doi.org/10.4236/jss.2015.312014>
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media: Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi (M. Bagus, Ed.; A. Gunawan & Admiranto, Trans.; Cetakan 1)*. Jalansutra.
- Effendy, O. U. (1986). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung, Alumni.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (N. Huda, Ed.; Cetakan VI)*. PT. LKiS Yogyakarta.
- Emmanuel Ariananto Waluyo Adi. (2022). Optimalisasi Penyuluhan Mitigasi Bencana Alam Melalui Iklan Layanan Masyarakat di Youtube. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 91–98. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1635>
- Fiske, J. (2004). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif (Y. Iriantara & I. S. Ibrahim, Trans.; Terjemahan)*. Jalansutra.
- Gunarsa, S. D. (1994). *Psikologi Praktis: Anak, Remaja Dan Keluarga*. BPK Gunung Mulia.

- Jewel Mardatillah Binuri, & Dian Widya Putri. (2024). Penggunaan Media Sosial untuk Pesan Edukasi Terkait Karir dan Pekerjaan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 4(1), 60–66. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v4i1.10613>
- Kusumawati, Y. D., & Sobur, A. (2024). Makna Kesedihan dalam Lirik Lagu “Nala.” *Bandung Conference Series: Communication Management*, 4(1), 133–138. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v4i1.11250>
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management translate to Manajemen pemasaran Jilid 1* (B. Molan & B. Sarwiji, Trans.). Indeks.
- Langenderfer, J., & Shimp, T. A. (2001). Consumer Vulnerability to Scams, Swindles, and Fraud: A New Theory of Visceral Influences on Persuasion. *Psychology & Marketing*, 18(7), 763–783. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.1029>
- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Ed.1 Cetakan. 1). Kencana.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana.
- Nancy, M. N., Wismanto, Y. B., & Hastuti, L. W. (2014). HUBUNGAN NILAI DALAM PERKAWINAN DAN PEMAAFAN DENGAN KEHARMONISAN KELUARGA (Vol. 13, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24167/psiko.v13i1.280>
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st ed.). Rajawali Press.
- Ogden, C. K., & Richards CH, I. A. (1923). *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism* (8th ed.). Harcourt, Brace & World, Inc.
- Parera, J. D. (2004). *Teori Semantik* (Ed. 2). Erlangga.
- Qaimi, A. (2002). *Menggapai Langit Masa Depan Anak*. Cahaya.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi* (T. Surjaman, Ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Safaria, T. (2015). Are daily spiritual experiences, self-esteem, and family harmony predictors of cyberbullying among high school student? *International Journal of Research Studies in Psychology*, 4(3). <https://doi.org/10.5861/ijrsp.2015.1103>
- Satrio, R. (2010). *Hubungan Antar Komunikasi Keluarga Dengan Prestasi Belajar Anak* [Undergraduate Thesis]. Universitas Padjadjaran.
- Sebeok, T. A., & Danesi, M. (2000). *The Forms of Meaning: Modeling Systems Theory and Semiotic Analysis* (T. A. Sabeok, Ed.; 1st ed.). Mouton de Gruyter.
- Wijana, I. D. P. (2008). *Semantik: Teori dan Analisis* (M. Rohmadi, Ed.). Yuma Pustaka.