

**Analisis Infografis Elektabilitas Sebagai Media Penarik Minat Pembaca  
(Teori Semiotika Roland Barthes)****Achmad Shofi**Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif  
Universitas Budi Luhur-JakartaEmail: [2471600128@student.budiluhur.ac.id](mailto:2471600128@student.budiluhur.ac.id)**ABSTRAK**

Informasi yang disampaikan melalui media massa semakin pesat di Indonesia, Terutama di bidang pertelevisian (jurnalistik). Berita program TV yang tidak akan pernah dimakan zaman. Di suatu program berita pasti terdapat infografis yang mengenai berita yang sedang ditayangkan. Infografis digunakan untuk pembaca memahami narasi sebuah berita. Metro TV adalah salah satu media yang menayangkan berita secara aktual dan terpercaya, terdapat salah satu program acara bernama KONTROVERSI. Pada tema episode "gara-gara survei" yang tayang tanggal 7 November 2024 mengundang bintang tamu para politikus dan peneliti. Perdebatan yang sering terjadi di masyarakat adanya perbedaan data lembaga survei elektabilitas antara 3 paslon. Adanya peran infografis berita yang ditayangkan, untuk memperjelas hasil dari perbedaan survei, sehingga penonton dapat dengan mudah paham dengan perbedaan data yang terjadi. Teori semiotika penanda dan petanda Roland Barthes diterapkan dalam penelitian ini. Hasil yang akan didapatkan dari penelitian meliputi denotasi, konotasi, dan ideologi pada infografis elektabilitas berbagai lembaga survei yang ditayangkan di acara KONTROVERSI dengan tema "gara-gara-survei". Pada level komunikasi massa, dengan konteks politik. Metode yang dipakai penelitian kualitatif deskriptif. Teknik analisis data diambil dari pengamatan konten video dari youtube, dan dokumentasi scene yang terdapat infografis elektabilitas para paslon. Hasil penelitian menunjukkan dari setiap lima infografis yang tayang bisa memunculkan persepsi yang berbeda-beda di setiap elemen masyarakat yang menonton seperti pada hasil survei elektabilitas dari poltracking yang memenangkan paslon 01 pada pilkada Jakarta 2024. Adanya infografis hasil elektabilitas dari berbagai lembaga survei membuat pembaca berita dapat dengan mudah memahami narasi berita yang ditayangkan dan menjadi tertarik untuk membacanya.

**Kata kunci:** Berita; Infografis; Media Televisi; Metro TV; Semiotika

## PENDAHULUAN

Perkembangan informasi bergerak lebih cepat khususnya di dalam ranah jurnalisme penyiaran. Selain itu, seiring kemajuan teknologi informasi, industri televisi juga telah berubah (Novita, 2024). Kehidupan kita dikelilingi oleh berbagai bentuk media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan internet. Namun, televisi adalah media komunikasi yang memiliki dampak terbesar bagi kehidupan masyarakat dari semuanya. Informasi dapat dengan cepat ditransmisikan dalam jarak pendek dan jarak jauh menggunakan televisi (Pratama, 2020).

Program televisi yang berupa berita tidak akan pernah dimakan zaman, karena kebutuhan masyarakat terhadap berita yang tayang ditelvisi masih sangat diminati, terbukti pada survei KIC (katadata insight centre) media televisi menjadi media terpercaya dengan angka 47% koresponden menjawab dari 100% pada tahun 2021. Pada tanggal 4–24 Oktober 2021, 10.000 responden dari 34 provinsi Indonesia berpartisipasi dalam penelitian ini. Anggota rumah tangga berusia antara 13 sampai 70 tahun merupakan responden. Jajak pendapat ini menggunakan teknik pengambilan sampel acak multistage dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin kesalahan +/- 0,98%. (Katadata Media Networks, 2022).

Infografis adalah komponen visual penting dari jurnalisme, terutama di media massa. Tujuan infografis adalah untuk membantu pembaca lebih memahami berita. (Saptodewo, 2014). Dengan adanya infografis yang baik diharapkan akan meningkatkan prevalensi (suatu hal yang lazim) dalam pencitraan visual. Ini menyoroti meningkatnya prevalensi pencitraan visual di media berita dan kebutuhan untuk memahami bagaimana visualisasi ini mempengaruhi pemahaman audiens. Audiens diharapkan dapat berinteraksi dengan infografis yang muncul di acara berita tertentu (De Haan dkk., 2018).

Diantara acara berita nasional, metro TV sebagai televisi penyiar berita adalah salah satu media yang menayangkan berita secara aktual dan terpercaya, dengan menghadirkan sebuah program yang bernama “KONTROVERSI” yang tayang perdana pada tanggal 7 Oktober 2021, dan dibulan November 2024 sekarang tayang setiap Kamis pukul 22.05 WIB, yang membahas berbagai kasus ataupun problematika dunia politik yang dipandu oleh

pembawa acara Zilvia Iskandar.

Ada tema-tema menarik sepanjang Oktober 2024 – 18 November 2024 seperti cek pensiun DPR, DPR diperiode baru, siksa judol, mafia peradilan, nanti kita cerita tentang koalisi hari ini, gara-gara survei, dan masih banyak lagi.

Tema yang dipilih untuk penelitian ini adalah “gara-gara survei” pada pilkada Jakarta 2024 yang tayang pada tanggal 7 November 2024. Mengundang bintang tamu para politikus dan peneliti, diantaranya direktur poltracking Indonesia yakni Masduri Amrawi, politikus dari partai Golkar yakni Nurdin Halid, Peneliti badan riset dan inovasi nasional yakni Prof. Ikrar Nusa Bhakti, ketua Persepi yakni Philips Vermonte, dan politikus PDIP yakni Chico Hakim. Pada tema “gara-gara survei” membahas masalah mengenai jelang debat pilkada Jakarta 2024 sejumlah lembaga survei berlomba-lomba merilis hasil survei elektabilitas para pasangan calon dari berbagai daerah, namun gara-gara perbedaan ekstrim hasil survei pilkada khususnya Jakarta antar lembaga survei, dan akhirnya dunia persurveian dibuat gaduh dan bingung.

Pada acara KONTROVERSI tema “gara-gara survei” selain menampilkan para politikus dan peneliti juga menampilkan beberapa infografis elektabilitas hasil survei dari berbagai lembaga survei yakni dari poltracking, dari lembaga survei Indonesia, lembaga survei Indonesia Denny JA, litbang KOMPAS, dan terakhir dari parameter politik Indonesia. Tiga kandidat pemilu Jakarta yang berada di daftar teratas Ridwan Kamil-Suswono, Dharma Pongrekun-Kun Wardana, dan Pramono Anung-Rano Karno memiliki statistik yang berbeda dari organisasi survei yang berbeda.

Kontroversi muncul karena ada keraguan terhadap akurasi dan objektivitas survei yang ditampilkan (Mahpudin, 2019). Adanya pro dan kontra terkait hasil survei ini seringkali menimbulkan keraguan, terutama jika data disajikan dengan cara yang mengarah pada kesimpulan tertentu tanpa penjelasan yang cukup.

Perdebatan yang sering terjadi di masyarakat adanya perbedaan data dari berbagai survei membuat bingung warga Jakarta. Misalnya, jika infografis menunjukkan hasil elektabilitas yang signifikan untuk calon tertentu, hal ini bisa mempengaruhi opini publik

meskipun survei tersebut memiliki kelemahan dalam metodologi atau representasi sampel. Sehingga dibuatkanlah infografis yang menarik dari masing-masing lembaga survei di Indonesia yang bertujuan untuk memperjelas data yang ditampilkan dilayar televisi kepada penonton ataupun warga Jakarta di ajang pilkada Jakarta 2024. Infografis yang ditampilkan berupa data persentase elektabilitas pasangan calon pilkada Jakarta 2024 dari jumlah responden masing-masing lembaga survei.

Untuk memastikan bahwa makna yang diturunkan sejalan dengan keinginan pengguna, pemikiran teori semiotika berfokus pada teks serta pengalaman dan budaya penggunanya. (Qadar Basrii et al., 2019). Karena semiotika memainkan peran penting dalam membantu tingkat masyarakat yang berbeda dalam memperhatikan tanda-tanda dan memahami makna yang tepat yang termasuk dalam teks-teks ini, akademisi menggunakan teori ini. Mengingat hal ini, studi tentang tanda dan makna, atau semiotika, telah tumbuh dalam relevansi dan signifikansi sebagai bidang studi untuk memahami bagaimana masyarakat mengirimkan, menerima, dan menafsirkan pesan dan informasi. (Rahmawati dkk., 2024). Dan ranah penelitian semiotika termasuk dalam membedah persoalan terkait komunikasi visual (Kurniasih dkk., 2016).

Teori semiotika Roland Barthes akan diterapkan dalam bentuk denotasi, konotasi, dan ideologi dalam hasil penelitian ini.

Secara umum, denotasi dianggap menandakan makna harfiah; kadang-kadang, makna "aktual" bahkan disalahartikan sebagai kiasan. Secara tradisional dikenal sebagai denotasi, proses signifikasi, ini biasanya berkaitan dengan penggunaan bahasa yang maknanya konsisten dengan apa yang diungkapkan (Sobur, 2009).

Secara umum, makna Sobur menjelaskan peran pembaca, yang merupakan salah satu topik utama yang diperiksa Barthes dalam studinya tentang tanda-tanda. Meskipun merupakan karakteristik yang melekat pada tanda tersebut, konotasi tergantung pada aktivitas pembaca untuk bekerja. Ketika menganalisis sistem tanda, ahli semiotika aliran konotasi berusaha untuk mendapatkan makna mendasar melalui makna konotasi daripada berpegang teguh padanya (Sobur, 2009).

Ideologi umumnya didefinisikan sebagai konsep, struktur, atau pemikiran sosial yang diidealkan atau diinginkan yang berfungsi sebagai panduan untuk perilaku dan filter bagaimana pengguna bahasa, sebagai anggota masyarakat, bereaksi terhadap rangsangan eksternal (Saragih, 2011).

Untuk memperkuat penelitian ini disajikan penelitian terdahulu yang relevan, berikut tabel penelitian terdahulu.

**Tabel 1. Rangkuman Penelitian Terdahulu**

<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Infografis sebagai Media Promosi untuk Mengenalkan Sekolah Lebih Dekat.	Analisis Pesan Moral Pernikahan dalam Film <i>Wedding Agreement</i> Menggunakan Metode Semiotika Roland Barthes.	Representasi Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan GrabCar Versi #AmanUntukSemua (Analisis Semiotika Roland Barthes).
<b>Peneliti</b>	Romdhoni et al.	Nita Khairani Amanda	Nasta Syafrina
<b>Lembaga</b>	Universitas Djuanda	Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional	Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif, menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat deskriptif, serta analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup analisis denotatif, konotatif, dan mitos.	Metode kualitatif dengan paradigma kritis dan teknik analisis semiotika Roland Barthes.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Menganalisis bagaimana desain grafis mempengaruhi daya tarik dalam pemilihan sekolah dan memberikan informasi yang menarik bagi konsumen.	Untuk mengetahui penggambaran pesan moral pernikahan yang ingin disampaikan oleh pembuat film dalam film <i>Wedding Agreement</i> .	Untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos dari representasi pemberdayaan perempuan dalam iklan GrabCar versi #AmanUntukSemua

<b>Hasil Penelitian</b>	Desain infografis terbukti efektif dalam komunikasi promosi, memperkenalkan sekolah, dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi peserta didik.	Penelitian menunjukkan bahwa film Wedding Agreement tidak hanya membahas pesan moral pernikahan, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai moral lainnya, seperti kejujuran dan asas mempersulit perceraian yang dapat dijadikan pembelajaran bagi penonton.	Analisis semiotika menunjukkan representasi pemberdayaan perempuan dalam iklan GrabCar versi #AmanUntukSemua.
<b>Perbedaan Penelitian</b>	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada objek penelitiannya yang berupa infografis promosi atau marketing.	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada objek penelitian yang berupa film, dan sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes.	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada objek penelitiannya yaitu iklan. Dan sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

Hasil keseluruhan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan metode analisis teori semiotika Roland Barthes, infografis yang terlihat dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca berita. Level komunikasi pada penelitian ini yakni komunikasi massa, dan berkonteks politik khususnya pada pilkada Jakarta 2024.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan makna, pemahaman, konsep, gejala, gejala, simbol, dan deskripsi suatu fenomena. Ini memprioritaskan kualitas, menggunakan beberapa pendekatan, dan menyajikan temuannya secara naratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna memaknai denotasi, konotasi, dan ideologi dari Infografis Survei Elektabilitas Pilkada DKI Jakarta 2024 yang disiarkan di metroTV pada program KONTROVERSI pada 7 November 2024.

Secara khusus, peneliti menerapkan teori semiotika Roland Barthes pada infografis untuk memberikan gambaran yang jelas tentang makna denotasi, konotasi, dan ideologi dari survei elektabilitas paslon pilkada 2024.

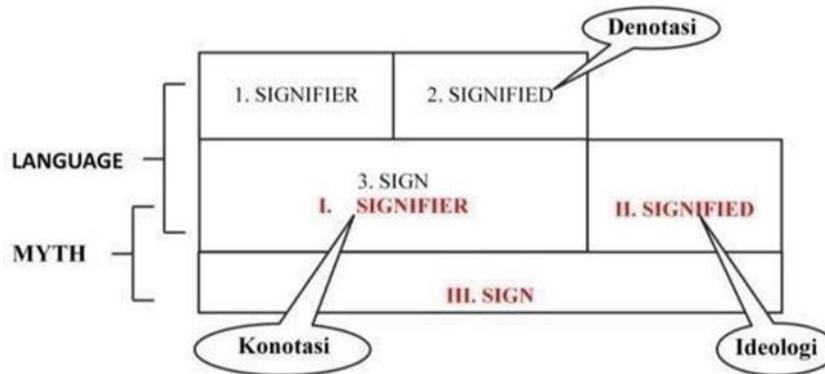
Model semiotika Roland Barthes kemudian digunakan untuk memeriksa hasil klasifikasi, secara khusus memeriksa ideologi/mitos, denotasi, dan konotasi masing-masing Infografis survei elektabilitas calon pemilu Jakarta 2024 atau data riset diolah dengan melihat tanda-tanda berbeda yang langsung terlihat berdasarkan visualisasi pada infografis survei elektabilitas untuk menentukan makna denotasi sebagai makna tingkat pertama setelah pembahasan singkat semiotika Roland Barthes. Selanjutnya, ekspos setiap konotasi tanda yang ditemukan sebelumnya untuk mendapatkan makna tersirat dari infografis survei elektabilitas yang berfungsi sebagai makna tingkat kedua. Ideologi dari setiap infografis yang mencakup aspirasi untuk dicapai dikemudian hari. Dinyatakan secara berbeda, ideologi mencakup pandangan terhadap infografis hasil survei elektabilitas pilkada Jakarta 2024.

Data yang diambil menggunakan teknik analisis data dari pengamatan acara KONTROVERSI metro TV tema “gara-gara survei” tanggal 7 November 2024 bersumber dari channel youtube metro TV yang diunggah pada tanggal 8 November 2024, Menggunakan teknik naratif deskriptif pada setiap hasil dan pembahasan dari infografis survei elektabilitas paslon pilkada Jakarta 2024, dan menggunakan dokumentasi scene yang berasal dari potongan- potongan video youtube ketika menampilkan infografis survei elektabilitas dari masing-masing paslon dan masing-masing lembaga survei.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ide-ide Saussure diteruskan oleh Roland Barthes. Saussure lebih tertarik pada cara-cara rumit kalimat dikonstruksi dan bagaimana makna ditentukan oleh pola kalimat daripada fakta bahwa pernyataan yang sama dapat berarti berbagai hal bagi orang yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Roland Barthes mengembangkan teori Saussure, yang menggunakan gagasan penanda untuk mencoba mencari tahu apa yang ditandai oleh denotasi. Fungsi pembaca adalah salah satu topik kunci yang diperiksa Barthes dalam penyelidikannya tentang tanda-tanda. Barthes melakukan analisis menyeluruh tentang apa yang umumnya dikenal sebagai sistem makna orde kedua, yang memperluas sistem sebelumnya.

Barthes merujuk pada sistem kedua ini sebagai konotatif, dan dia membuat perbedaan yang jelas antara sistem itu dan sistem makna denotatif atau orde pertama dalam mitologinya.



**Gambar 1. Struktur Tingkatan Tanda oleh Roland Barthes**  
(Sumber: Budiman, 2011)

Metode yang disebutkan di atas dijelaskan oleh penanda (1), yang merupakan item dalam teks yang akan menghasilkan makna, khususnya tanda (2). Tetapi interpretasi ini terbatas pada apa yang terlihat oleh penanda (1). Misalnya, frasa "manusia ada yang mati" (1) adalah penanda. "Bendera kuning" adalah topik dari tanda itu (2) yang ditampilkan.

Denotasi (3) mencakup penanda (1) dan (2) yang telah dijelaskan oleh penulis. Oleh karena itu, penanda dan tanda adalah bagian dari denotasi, yang merupakan arti tingkat pertama. Namun, pada saat yang sama, penanda konotatif (I) adalah tanda denotatif (3). Dalam hal ini, ada tanda- tanda konotatif intertekstual, atau makna yang melampaui makna denotatif atau tingkat kedua.

Karena sulitnya mengubah kebiasaan, makna tingkat kedua (II) ini dapat bermanifestasi sebagai hal- hal ideologis yang tidak terlihat. "Bendera kuning" misalnya menunjukkan bahwa seseorang telah meninggal. Makna yang mendalam (III) kemudian tercipta ketika filosofi diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan dengan bendera kuning yang selalu dikibarkan di pinggir jalan dekat rumah duka setiap kali seseorang meninggal di lingkungan tertentu.

Data dari temuan penelitian Infografis Survei Elektabilitas Pilkada DKI Jakarta 2024 dari berbagai lembaga survei digunakan untuk mendukung diskusi ini. Infografis tersebut

ditampilkan pada tema "karena survei" program KONTROVERSI Metro TV pada 7 November 2024. Sampel yang diperiksa untuk mengatasi rumusan masalah dan tujuan studi digunakan untuk menjelaskan paparan data ini. Metode, yang meneliti unsur-unsur makna, denotasi, konotasi, dan ideologi, didasarkan pada semiotika Roland Barthes. Lima sampel infografis dari Poltracking, lembaga survei Indonesia, Denny JA, litbang KOMPAS, dan parameter politik Indonesia termasuk dalam paparan data. Mereka adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil dan Pembahasan dari Infografis Survei Elektabilitas Paslon**

No.	Infografis Survei Elektabilitas	Keterangan	
1.	<p style="text-align: center;">Survei Elektabilitas Poltracking</p> 	Denotasi	Infografis survei elektabilitas poltracking.
		Konotasi	Urutan pertama paslon 01 menang dengan persentase 51,6%, urutan kedua paslon 03 memperoleh persentase 36,4%, dan urutan terakhir paslon 02 dengan persentase hanya 3,9%, tidak memilih/ tidak tahu memperoleh 8,1%.
		Ideologi	Penyajian data yang bertujuan untuk menggambarkan angka persentase para paslon sebelum pencoblosan, Sehingga menjadikan persepsi paslon 01 yang akan menang melawan paslon 03 dan 02.
2.	Survei Elektabilitas Lembaga Survei Indonesia	Denotasi	Infografis Survei Elektabilitas Lembaga Survei Indonesia

		<p>Konotasi</p> <p>Urutan pertama paslon 03 menang dengan persentase 41,6%, urutan kedua paslon 01 memperoleh persentase 37,4%, dan urutan terakhir paslon 02 dengan persentase hanya 6,6%, tidak memilih atau tidak tahu memperoleh 14,4%.</p>	
		<p>IDEOLOGI</p> <p>Penyajian data yang bertujuan untuk menggambarkan angka persentase para paslon sebelum pencoblosan, sehingga menjadikan persepsi paslon 03 yang akan menang melawan paslon 01 dan 02.</p>	
<p>3.</p>	<p>Survei Elektabilitas Lembaga Survei Indonesia Denny JA</p>	<p>DENOTASI</p> <p>Infografis survei elektabilitas lembaga survei Indonesia Denny JA.</p>	
		<p>KONOTASI</p> <p>Urutan pertama paslon 01 menang dengan persentase 37,4%, urutan kedua paslon 03 beda tipis sekali memperoleh persentase 37,1%, dan urutan terakhir paslon 02 dengan persentase hanya 4,0%, tidak memilih atau tidak tahu memperoleh 21,5%.</p>	

		IDEOLOGI	Penyajian data yang bertujuan untuk menggambarkan angka persentase para paslon sebelum pencoblosan, sehingga mejadikan persepsi paslon 01 akan menang tipis melawan paslon 03 dan 02.
4.	<p>Survei Elektabilitas Litbang Kompas</p> 	DENOTASI	Infografis survei elektabilitas litbang KOMPAS.
		KONOTASI	Urutan pertama paslon 03 menang dengan persentase 38,3%, urutan kedua paslon 01 beda tipis memperoleh persentase 34,6%, dan urutan terakhir paslon 02 dengan persentase hanya 3,3%, tidak memilih atau tidak tahu memperoleh 23,8%.
		IDEOLOGI	Penyajian data yang bertujuan untuk menggambarkan angka persentase para paslon sebelum pencoblosan, sehingga mejadikan persepsi paslon 03 akan menang melawan paslon 01 dan 02.
		DENOTASI	Infografis survei elektabilitas parameter politik Indonesia.
		KONOTASI	Urutan pertama paslon 01 menang dengan persentase 47,8%, urutan kedua paslon 03

5.	<p>Survei Elektabilitas Parameter Politik Indonesia</p> 		<p>memperoleh persentase 38,0%, dan urutan terakhir paslon 02 dengan persentase hanya 4,3%, tidak memilih atau tidak tahu memperoleh 9,9%.</p>
		IDEOLOGI	<p>Penyajian data yang bertujuan untuk menggambarkan angka persentase para paslon sebelum pencoblosan, sehingga menjadikan persepsi paslon 01 akan menang melawan paslon 03 dan 02.</p>

Hasil penelitian tersebut di atas mengungkap denotasi, konotasi, dan ideologi umum dari setiap infografis survei elektabilitas calon yang mencalonkan diri pada Pilkada Jakarta 2024. Saat melihat infografis secara keseluruhan, yang didasarkan pada program KONTROVERSI dengan tema "gara-gara survei" yang ditayangkan di metro TV pada 7 November 2024, eksposur data menjadi jelas.

**KESIMPULAN**

Dari setiap infografis survei elektabilitas memiliki makna berbeda seperti perbedaan hasil survei dari setiap lembaga survei, dan memiliki beberapa kesamaan tanda seperti adanya persamaan gambar para paslon nomor urut satu, dua, dan tiga disetiap hasil infografis survei elektabilitas dan adanya pie chart yang mengelilingi foto para paslon. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari setiap lima infografis yang tayang bisa memunculkan persepsi yang berbeda- beda disetiap elemen masyarakat yang menonton seperti pada hasil survei elektabilitas dari poltracking yang memenangkan paslon 01 pada pilkada Jakarta 2024, namun berbeda dengan hasil survei elektabilitas dari lembaga survei Indonesia yang memenangkan paslon 03 pada pilkada Jakarta 2024, dan persepsi bahwa paslon 02 tidak akan menang pada pilkada Jakarta 2024 karena dari setiap hasil survei mendapatkan

---

persentase rendah. Dari pemaparan diatas adanya penjelasan mengenai infografis hasil elektabilitas membuat pembaca berita dapat lebih mudah memahami informasi survei.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Jelasutra.
- De Haan, Y., Kruikemeier, S., Lecheler, S., Smit, G., & van der Nat, R. (2018). When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?: Audience evaluations of news visualizations. *Journalism Studies*, 19(9), 1293–1312. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1267592>
- Katadata Media Networks. (2022, January 22). *Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Televisi dan Media Sosial Ketimbang Situs Resmi Pemerintah*. Media Sumber Informasi Terpercaya (Oktober 2021).
- Kurniasih, P., Amzy, N., & Kholisya, U. (2016). *Penelusuran Makna Motif Batik Depok Melalui Konsep Denotasi dan Konotasi Roland Barthes*.
- Mahpudin, M. (2019). Pemanfaatan Teknologi Pemilu Di Tengah Era Post Truth Antara Efisiensi dan Kepercayaan. *Jurnal PolGov*, 1(2), 157–197.
- Novita, N. R. (2024). Analisis Implementasi Strategi Transformasi Konvergensi pada Industri Broadcasting (Studi Kasus pada Penonton ANTV). *Management*.
- Pratama, R. (2020). *Laporan Praktek Kerja Lapangan Mekanisme Jurnalistik Televisi dalam Porduksi Siaran Berita di Metro TV Palembang*.
- Qadar Basrii, S., Kartika Sari, E., & Qadar Basri, S. (2019). Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi dan Konotasi dalam Tari Remo. *Ngremong*, 2(1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/geter/index>
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 10(2).
- Saptodewo, F. (2014). *Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik*.
- Saragih, A. (2011). *Semiotik Bahasa : Tanda, Penanda dan Petanda dalam Bahasa*. UNIMED.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.