

**REPRESENTASI KOLEKTIVITAS DAN
KEMENANGAN DALAM IKLAN EDISI “KITA
BERSAMA BISA TERUS MENANG DI GEBYAR
BCA”**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh
Ana Silviatus Zahrah
04040522110



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Silvius Zahrah
NIM : 04040522110
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Representasi Kolektivitas dan Kemenangan dalam Iklan Edisi "Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA"* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 15 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Ana Silvius Zahrah
04040522110

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Ana Silvatus Zahrah
NIM : 04040522110
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Kolektivitas dan Kemenangan
dalam Iklan Edisi “Kita Bersama Bisa Terus
Menang di Gebyar BCA”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 15 Desember 2025

Menyetujui Pembimbing,



Dr. Afifatul Rohimah, S.AB., M.I.Kom

NIP 199404102020122026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

REPRESENTASI KOLEKTIVITAS DAN KEMENANGAN
DALAM IKLAN EDISI "KITA BERSAMA BISA TERUS
MENANG DI GEBYAR BCA"

SKRIPSI

Disusun Oleh
Ana Silvatus Zahrah
04040522110

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 24 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I



Dr. Afifatur Rohimah, S.AB., M.I.Kom
NIP 199404102020122026

Penguji II



Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si
NIP 197106021998031001

Penguji III



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si
NIP 197301141999032004

Penguji IV



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP 198210122015031004



Surabaya, 24 Desember 2025

Dekan,

Dr. Mochiz Chodul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP 19711017199803100



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinaby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ana Silvius Zahrah
NIM : 04040522110
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : anasilvius@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Representasi Kolektivitas dan Kemenangan dalam Iklan Edisi "Kita Bersama Bisa Terus

Menang di Gebyar BCA"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2025

Penulis

(Ana Silvius Zahrah)

ABSTRAK

Ana Silvius Zahrah NIM 04040522110, 2025, Representasi Kolektivitas dan Kemenangan dalam Iklan Edisi “Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA”

Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana nilai kolektivitas dan kemenangan direpresentasikan dalam iklan BCA edisi “Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA.” Fokus penelitian mencakup pemaknaan tanda-tanda visual maupun verbal yang membentuk konstruksi nilai kolektivitas dan kemenangan dalam iklan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis teks media model semiotika Charles Sanders Peirce. Teori yang digunakan adalah teori Representasi Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemenangan dimaknai tidak hanya sebagai pencapaian prestasi individu di bidang olahraga, tetapi sebagai proses berkelanjutan yang tetap melekat meskipun terjadi perubahan peran dalam kehidupan. Sementara itu, nilai kolektivitas direpresentasikan melalui keterlibatan para atlet dan masyarakat umum dalam satu ruang makna yang sama, sehingga kemenangan dipahami sebagai pengalaman sosial yang inklusif dan dapat dirasakan secara bersama. Temuan ini menunjukkan bahwa iklan BCA mengonstruksi makna kemenangan dan kolektivitas sebagai nilai yang saling berkaitan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Iklan, Representasi, Kolektivitas Iklan, Bank BCA, Semiotika.

ABSTRACT

Ana Silvatus Zahrah NIM 04040522110, 2025, *Representation of Collectivity and Victory in Advertising for the Edition “Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA”*

This study aims to reveal how the values of collectivity and victory are represented in BCA's advertisement for the “Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA” (Together We Can Continue to Win at Gebyar BCA) edition. The focus of the study includes the interpretation of visual and verbal signs that form the construction of the values of collectivity and victory in the advertisement. The research method uses a qualitative approach with a media text analysis model based on Charles Sanders Peirce's semiotics. The theory used is Stuart Hall's Representation Theory.

The results show that victory is interpreted not only as an individual achievement in sports but as a continuous process that remains intact despite changes in roles in life. Meanwhile, the value of collectivity is represented through the involvement of athletes and the general public in the same space of meaning, so that victory is understood as an inclusive social experience that can be felt together. These findings show that BCA advertisements construct the meanings of victory and collectivity as values that are interrelated and relevant to everyday life.

Keywords: Advertising, Representation, Advertising Collectivity, Bank BCA, Semiotics.

ملخص

أنا سيلفياتوس زهرة NIM 04040522110 ، 2025 ، تمثيل الجماعة والنصر في إصدار الإعلان "معًا يمكننا الاستمرار في الفوز في Gebyar BCA"

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية تمثيل قيم الجماعة والنصر في إعلان BCA الخاص بإصدار "Kita Bersama Bisa Terus Menang di Gebyar BCA" (معًا يمكننا الاستمرار في الفوز في Gebyar BCA) تركّز الدراسة على تفسير العلامات البصرية واللفظية التي تشكل بناء قيم الجماعة والنصر في الإعلان. تستخدم طريقة البحث نهجًا نوعيًا مع نموذج تحليل النص الإعلامي استنادًا إلى سيميائية تشارلز ساندرز بيرس. النظرية المستخدمة هي نظرية التمثيل لستيوارت هول.

تظهر النتائج أن النصر لا يُفسر فقط على أنه إنجاز فردي في الرياضة، بل كعملية مستمرة تظل سليمة على الرغم من التغيرات في الأدوار في الحياة. وفي الوقت نفسه، يتم تمثيل قيمة الجماعة من خلال مشاركة الرياضيين والجمهور العام في نفس الفضاء المعنوي، بحيث يُفهم النصر على أنه تجربة اجتماعية شاملة يمكن الشعور بها معًا. تظهر هذه النتائج أن إعلانات BCA تبني معاني النصر والجماعة كقيم مترابطة وذات صلة بالحياة اليومية.

الكلمات المفتاحية: الإعلان، التمثيل، الجماعة الإعلانية، بنك BCA ، السيميائية.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
ملخص	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TRANSLITERASI	Error! Bookmark not defined.
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Definisi Konsep	10
1. Representasi Iklan	10
2. Nilai Kolektivitas dan Kemenangan Iklan BCA	11
3. Metode Semiotika Charles Sanders Peirce	12
4. Teori Representasi Stuart Hall	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II : KAJIAN TEORITIK	15
A. Representasi Iklan dalam Perspektif Semiotika	15
1. Representasi Iklan	15
2. Teori Representasi Stuart Hall	19
3. Semiotika Charles Sanders Peirce	21
4. Nilai Kolektivitas dan Kemenangan	24
B. Kajian Perspektif Islam	27
C. Penelitian Terdahulu	29
BAB III : METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38

B. Objek Penelitian.....	39
C. Jenis dan Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	44
A. Eksistensi PT. Bank Central Asia, Tbk melalui Program Gebyar BCA.....	44
1. Profil PT. Bank Central Asia, Tbk.....	44
2. Program Gebyar BCA.....	46
3. Iklan Gebyar BCA edisi “Kita Bersama Bisa Terus Menang”.....	47
B. Semiotika dalam Iklan Gebyar BCA Edisi “Kita Bersama Bisa Terus Menang”.....	51
C. Representasi Kolektivitas dan Kemenangan dalam Perspektif Teori Representasi Stuart Hall.....	60
1. Pendekatan Reflektif.....	61
2. Pendekatan Intensional	64
3. Pendekatan Konstruksional.....	68
D. Perspektif Islam.....	72
BAB V : PENUTUP	75
A. Simpulan	75
B. Rekomendasi.....	75
C. Keterbatasan Penelitian.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Sry, Muhtya Gobel, and Idewi Usman. "Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa." *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)* 1, no. 1 (March 2025): 36–47. <https://doi.org/10.69623/J-DIKUMSI.V1I1.48>.
- Almanfaluthi, Betha. "Representasi Kota Tua Jakarta Dalam Iklan Telkomsel Loop." *BHAGIRUPA* 1, no. 1 (October 2021): 36–41.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018. <https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>.
- Arif, Moh Erfan, and Rila Anggraeni. *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 2023.
- "Arti Kata Menang - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed August 24, 2025. <https://kbbi.web.id/menang>.
- Asyari, Bayu Andika. *Peran Mental Toughness Dalam Perolehan Hasil Akhir Pertandingan Sepakbola Pada Atlet Sepakbola*. 2023. <https://eprints.uny.ac.id/76432/>.
- BCA. "BCA - Gebyar Hadiah BCA." 2025. <https://www.bca.co.id/id/Campaign/2024/gebyar-hadiah-bca>.
- . "BCA - Visi Misi dan Tata Nilai." www.bca.co.id. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/visi-misi>.
- . "BCA Pertahankan Posisi Sebagai Brand Perbankan Terkuat Di Dunia Versi Brand Finance Selama Dua Tahun Beruntun." 2025. Accessed August 24, 2025. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riset/pressroom/siaran-pers/2025/05/08/06/56/bca-pertahankan-posisi-sebagai-brand-perbankan-terkuat-di-dunia>.
- . "Corporate Identity Manual (CIM) BCA." PT. Bank Central Asia, Tbk, 2020.
- . "Tentang BCA - BCA Journey." www.bca.co.id. Accessed November 24, 2025. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/Sejarah-BCA>.

- Bell, Christine, and Lucas Johnson. *WJEC/Eduqas Media Studies For A Level Year 1 and AS Student Book – Revised Edition*. Hachette UK, 2023.
- Chandra, Fabian. *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. DIVA PRESS, 2021.
https://books.google.co.id/books?id=A6p_EAAAQBAJ.
- Craddock, Nadia, Monica Majumdar, Mal Sivapunniyan, Jade Parnell, Phillippa C. Diedrichs, Paul White, and Fiona K. Barlow. “Representation Matters: Exposure to Advertisements Featuring Models with Different Skin Shades Affects Body Image, Well-Being and Advertising Effectiveness among South Asian Women in the UK.” *Body Image* 52 (March 2025): 101858.
<https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2025.101858>.
- Curone-Prieto, Romina Carla, Daniel La Parra-Casado, Ariadna Cerdán-Torregrosa, and Carmen Vives-Cases. “Gender Representations in Online Food Advertising of Ultra-Processed Products.” *Women’s Studies International Forum* 111 (July 2025): 103120.
<https://doi.org/10.1016/J.WSIF.2025.103120>.
- Danesi, Marcel. *Pengantar memahami semiotika media*. Jalasutra, 2010.
- Dwiyanto, Agus. *Teori Administrasi Publik Dan Penerapannya Di Indonesia*. Edited by Siti. Gadjah Mada University Press, 2022.
- Elia Ardyan, Leny Yuliyani, Yoseb Boari, and Agusdiwana Suarni. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang*. Edited by Efitra. Vol. 15. SONPEDIA Publishing Indonesia, 2023.
<https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/1147>.
- Ersyad, Firdaus Azwar, and Dinda Sophie Arifin. *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Desain Logo*. CV. Bintang Semesta Media, 2023.
<https://books.google.co.id/books?id=ocHcEAAAQBAJ>.
- Estede, Reina A. Hadikusumo, Yulia Cahyawati Kastella, Syarigawir, M S Riszalatul Khasanah, S.E.M.S. Mulkan

- Stiawan, S.E.M.M. Elia Resha Fatmawati, S.E.M.M. Annisa Indah Mutiasari, S.E.M.M. Bambang Satrionugroho, and M M T Dr. Antok Supriyanto. *Strategi Pemasaran Modern Di Era Digital*. Cendikia Mulia Mandiri, 2025.
<https://books.google.co.id/books?id=AMFzEQAAQBAJ>.
- Fadilah, Rizky, Marissa Zefrina, Umami Salma, and Kholis Ridho. "Analisis Efek Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Dan Struktur Nilai Kultural Di Masyarakat." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 6, no. 1 (June 2025): 41–54.
<https://doi.org/10.53429/j-kis.v6i1.1205>.
- Fajar, Aviv, and Dudi Iskandar. "Analisis Semiotik Pesan Moral Dalam Film Sexy Killers." *PANTAREI* 5, no. 03 (September 2021).
<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/765>.
- Febriati. "Sejarah Bank BCA dan Perkembangan Bisnisnya | tempo.co." *Tempo*, February 24, 2023.
<https://www.tempo.co/ekonomi/sejarah-bank-bca-dan-perkembangan-bisnisnya-215389>.
- Fitriani, Salwiyah, Tri Rahma Dana, Purnama Sari, Tri Nur Putri, and Halimatus Sa'diyah. "Kepribadian Kolektif: Kebudayaan Membentuk Pola Berpikir Dan Perilaku Dalam Masyarakat." *Journal of Education and Culture* 5, no. 2 (May 2025): 1–7. <https://doi.org/10.58707/jec.v5i2.1240>.
- Fitrianti, Rizqi, and Ahmad Adnil Hanaf. "Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren Di Media Sosial." *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 3, no. 3 (2025): 283–97.
- Gamelina, Altia Maghfira, and Nurliah. "Representasi Budaya Patriarki Pada Film Yuni." *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2024, 91–103.
- Giles, Judy, and Timothy Middleton. *Studying Culture: A Practical Introduction*. Wiley, 1999.
- "Google Jadi Website Terpopuler Di Indonesia 2025 - GoodStats." Accessed August 24, 2025.
<https://goodstats.id/article/google-jadi-website-terpopuler-di-indonesia-2025-waN3e>.

- Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. COMM1107: SAGE Publications, 1997. <https://books.google.co.id/books?id=Vs-BdyhM9JEC>.
- Hasfi, Nurul. "Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee Di Detikcom, Majalah Tempo Dan Metro Tv." *DIPA FISIP*, 2011. <https://eprints.undip.ac.id/33338/>.
- Hoed, Benny H. *Semiotik & dinamika sosial budaya: Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll*. Komunitas Bambu, 2011.
- Imaduddin, M. Hafidz, and Ferril Dennys. "5 Rekor Bambang Pamungkas, Tajam di Persija, Timnas, dan Luar Negeri." *Kompas.com*, December 17, 2019. <https://bola.kompas.com/read/2019/12/17/16200038/5-rekor-bambang-pamungkas-tajam-di-persija-timnas-dan-luar-negeri>.
- Indarto, Ardha Bagus, Hudi Waluyo, and Nanda Rizky Apriliansyah. "Representasi Hegemoni Laki-Laki Terhadap Perempuan Dalam Iklan Teh Sari Wangi Tahun 2021." *Jurnal Audiens* 3, no. 2 (December 2022): 149–59. <https://doi.org/10.18196/JAS.V3I2.11945>.
- Li, Tianyi. "The Impact of Advertising Exposure on the Gendered Perceptions of Men with Mental Health Concerns." *Journal of Consumer Marketing* 39, no. 6 (March 2022): 610–20. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2021-4394>.
- Lintang Maheswari, Dementieva, and Gandhes Dwi Yuliastin. *Mengenal Dunia Atletik: Dasar, Teknik, Dan Peraturan*. Kramantara, 2025.
- Moriarty, Sandra., Nancy. Mitchell, and William. Wells. *Advertising*. Kencana, 2008.
- Naufal, Muhammad, Rifaldi ; Arya, Syamsi Hidayatissalam, and Kevin Daud. "Luntarnya Nilai Gotong Royong Di Era Globalisasi." *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora* 2, no. 02 (January 2025): 1–15. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>.
- Nuralam, Cakrayuri. "Sempat Gemilang di Wushu, Chris John Kembali ke Tinju Demi Kejuaran Dunia." *liputan6.com*,

- June 11, 2020.
<https://www.liputan6.com/bola/read/4276704/semangat-gemilang-di-wushu-chris-john-kembali-ke-tinju-demi-kejuaran-dunia>.
- Pambudi, Fivin Bagus Septiya. *Buku ajar semiotika*. UNISNU PRESS, 2023.
- . *Buku Ajar Semiotika*. UNISNU PRESS, 2023.
<https://books.google.co.id/books?id=BCvoEAAAQBAJ>.
- Pratama, Panji. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, & Penerapannya: Sebuah Panduan Untuk Guru, Para Tenaga Kependidikan, Dan Umum*. Anak Hebat Indonesia, 2025.
<https://books.google.co.id/books?id=Pj5xEQAAQBAJ>.
- Priansa, Donni Juni. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial.” *Bandung: CV Pustaka Setia* 358, no. 93 (2017): 25.
- Purnamasari, Dewi, and Gregorius Genep Sukendro. “Analisis Pesan Persuasif Dalam Kreativitas Iklan BCA ‘Anggun Ketipu? #AwasModus.’” *Koneksi* 8, no. 2 (October 2024): 324–33. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i2.27572>.
- Purwanti, Okti Rere, Wenny Aulia Sari, and Fera Zasianita. “Analisis Representasi Gender Dalam Sastra Novel Sisi Tergelap Surga Karya Brian Khrisna.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 2 (July 2025): 23790–96.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.30461>.
- Quran. “Surah Al Maidah.” https://quran.ksu.edu.sa/index.php?l=id#aya=5_2.
- . “Surat Ar-Ra’d Ayat 11.” <https://quran.nu.or.id/ar-rad/11>.
- . “Surat Fushshilat Ayat 30.” <https://quran.nu.or.id/fushshilat/30>.
- Radja, Ivana Grace Sofia, and Leo Riski Sunjaya. “Representasi Budaya Jember Dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall.” *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 2, no. 3 (June 2024): 13–20. <https://doi.org/10.62383/WISSEN.V2I3.160>.
- Rahmah, Rizma Indah, Tellys Corliana, and Sri Mustika. “Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Scarlett Aha Body Serum 2024 (Analisis Semiotika Roland Barthes).” *Jurnal Basataka (JBT)* 8, no. 1 (2025): 132–42.

- Rizal, Syamsul, and Ismail. "Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Nivea For Men Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Manajemen Dan Teknologi* 2, no. 1 (May 2025): 32–45. <https://doi.org/10.63447/jmt.v2i1.1377>.
- Rizki, Khairul, Muhammad Eka, and Answaril Ikhsan. "Analisis Perkembangan Komunikasi Massa Terhadap Pola Pikir Dan Perilaku Masyarakat Di Era Society 5.0." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 6 (June 2025): 120–32. <https://doi.org/10.71282/JURMIE.V2I6.394>.
- Rohimah, Afifatur. "'Mukbang Syar'i' Advertising Content: Representation and Reputation Trough Digital Communication." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 7, no. 1 (June 2025): 136–44. <https://doi.org/10.33366/JKN.V7I1.458>.
- Safitri, Anju, Anisa Maharani, Masikah Shofi Kamila, and Anas Malik. "Representasi Citra Indonesia Dalam Iklan (Analisis Semiotika Representasi Citra Indonesia Dalam Iklan AQUA Versi 'Temukan Indonesiamu' Di Televisi." *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1 (2024): 7264–76.
- Santoso, Adrianus Trigunadi, Abdul Hafid, Fathimatuz Zuhro, Suroso, Syarifuddin, Indah Sulistiani, Riszalatul Khasanah, Falimu, Apriliyanti, and Nur Alam. *Konsep Dasar Ilmu Komunikasi*. Cendikia Mulia Mandiri, 2025. <https://books.google.co.id/books?id=9r9wEQAAQBAJ>.
- Sari Lubis, Mayang. *Metode Penelitian*. CV. Budi Utama, 2018. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.
- Sarosa, Samiaji. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=YY9LEAAAQBAJ>.
- Saskara, I Putu Adi. *Buku Ajar - Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek*. In Swasta Nulus. Swasta Nulus, 2021. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Media_Periklanan_Berbasis_Imp/IQtMEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0.
- Sawitri, Yus Mei. "Emas Olimpiade 2016, Hadiah Konkret Liliyana Natsir / Tontowi Ahmad Pada HUT RI."

- <https://www.bola.com/ragam/read/5044374/emas-olimpiade-2016-hadiah-konkret-liliyana-natsir-tontowi-ahmad-pada-hut-ri>.
- Setiawan, Zunan, Rony Sandra Yofa Zebua, Degdo Suprayitno, Rahmad Solling Hamid, Vina Islami, and Agesha Marsyaf. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Shella, Grace, and Gregorius Genep Sukendro. "Representasi Tindakan Kepahlawanan (Analisis Semiotika Iklan Grab – Pahlawan Top Up)." *Prologia* 7, no. 1 (March 2023): 8–13. <https://doi.org/10.24912/PR.V7I1.15643>.
- Sholichah, Indah Mar'atus, Dyah Mustika Putri, and Akmal Fikri Setiaji. "Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall." *Education: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 3, no. 2 (June 2023): 32–42. <https://doi.org/10.51903/education.v3i2.332>.
- Smith, Kenneth L., Sandra Moriarty, Keith Kenney, and Gretchen Barbatsis. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*. Routledge, 2004.
- Sobur, Alex. "Analisis Teks Media", Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Semiotika Dan Analisis Flaming." *PT. Remaja Rosda Karya*, 2004, 162.
- . *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, 2003. http://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=27968&keywords=semiotika+komunikasi.
- . *Semiotika komunikasi*. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sutrisno, Gabriel Budi. "BCA Confronts Exclusivity in Loyalty Rewards with Retired Sports Icons." Marketing-Interactive, May 15, 2025. <https://www.marketing-interactive.com/bca-named-marketer-of-the-year-at-mea-indonesia-for-the-third-year-running>.
- Tafsir. "Surat Al-Ma'idah Ayat 2." September 15, 2018. <https://tafsirweb.com/1886-surat-al-maidah-ayat-2.html>.
- . "Surat Fussilat Ayat 30." September 15, 2018. <https://tafsirweb.com/9012-surat-fussilat-ayat-30.html>.

- Tasfiyatun, Nuria, and Diva Ali Saidatul Rizqi. *Filsafat Bahasa*. Penerbit NEM, 2025. <https://books.google.co.id/books?id=UJ5NEQAAQBAJ>.
- Wahjuwibowo, Indiwana Seto. *Semiotika Komunikasi Edisi III: Aplikasi Praktis Untuk Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*. Rumah Pintar Komunikasi, 2019.
- Widodo, Tri, and Rina Sari Qurniawati. "Pengaruh Kolektivisme, Perceived Consumer Effectiveness, dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan." *Among Makarti* 8, no. 2 (March 2016). <https://doi.org/10.52353/ama.v8i2.122>.
- Wijayani, Qoniah Nur. "Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Video Wardah Brave Beauties #BergerakHidupkanHarapan." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 8, no. 1 (June 2024): 1–21. <http://dx.doi.org/10.30829/komunikologi.v8i1.16570>.
- Yuan, Faellen, Dias Cercio, Syifa Naila, Aura Purwantyas, Fifi Laili Chamidah, and Hajidah Fildzahun Kusnadi. "Analisis Representasi Ragam Kulit Perempuan Indonesia Pada Iklan Citra 'Ragam Cantik Indonesia': Analisis Wacana Kritis Kajian Sara Mills." *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)* 5, no. 04 (July 2025): 329–45. <https://doi.org/10.69957/RELASI.V5I04.2264>.
- Yudi, Diah Titi Nawang, and Umi Halwati. "Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan Axe: Representasi Dalam Dunia Iklan." *Global: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 1 (April 2024): 1–10. <https://doi.org/10.37985/dm211w67>.