

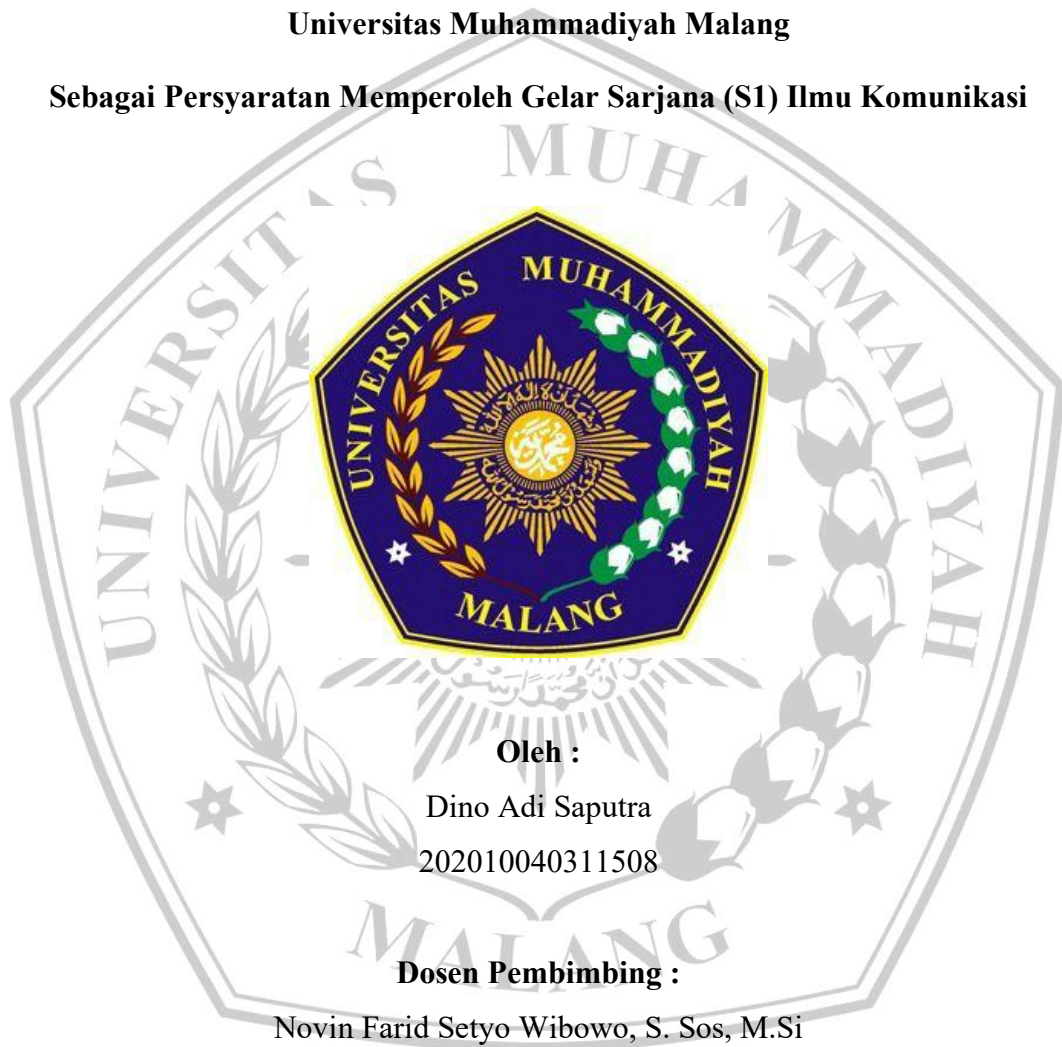
**Representasi Kebebasan Berekspresi pada Iklan ESSE CHANGE  
di Platform Youtube Menggunakan Teori Roland Barthes**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Malang**

**Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi**



**Oleh :**

Dino Adi Saputra

202010040311508

**Dosen Pembimbing :**

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Representasi Kebebasan Berekspresi pada Iklan ESSE CHANGE di Platform  
Youtube Menggunakan Teori Roland Barthes

Diajukan Oleh :

Dino Adi Saputra  
202010040311508

Telah disetujui  
Kamis, 26 Juni 2025

Pembimbing I



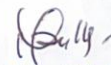
Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

Wakil



Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dino Adi Saputra

202010040311508

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

L U L U S

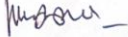


Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi

Kamis, 26 Juni 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Zen Amirudin, M.Med.Kom (  )
2. Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom (  )
3. Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si (  )

Mengetahui  
Wakil Universitas Muhammadiyah MAA  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Fauzilar Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Dino Adi Saputra  
NIM : 202010040311508  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Representasi Kebebasan Bereksprei pada Iklan *ESSE CHANGE* di Platform Youtube Menggunakan Teori *Roland Barthes*

Disetujui,  
Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Randuagung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 218 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMM/V/MMXXV

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Dino Adi Saputra  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311508  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Representasi Kebebasan Berekspresi pada Iklan *ESSE CHANGE* di Platform Youtube Menggunakan Teori *Roland Barthes*

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



#### Kampus I

Jl. Bangsung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 962 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dino Adi Saputra  
NIM : 202010040311508  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Representasi Kebebasan Bereksprei pada Iklan *ESSE CHANGE* di Platform Youtube Menggunakan Teori *Roland Barthes*

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Dino Adi Saputra



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tigorasari No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Representasi Kebebasan Berekspresi pada Iklan  
*ESSE CHANGE* di Platform Youtube Menggunakan Teori *Roland Barthes*

Oleh:

Nama : Dino Adi Saputra

NIM : 202010040311508

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 17 Juni 2025

Pembimbing I/Promotor

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

NIP. 103033110440



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : DINO ADI SAPUTRA

NIM : 2020 - 508

Hasil Plagiasi : 17/6

BAB I	12			
BAB II	7			
BAB III	18			

17/6

BAB IV	17			
BAB V	0			
BAB VI	5			

Malang, 17/11/2021  
Admin Plagiasi  
PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki










## LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

#### BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama lengkap : Dino Adi Saputra  
NIM : 202010040311508  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Audio Visual  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Judul Skripsi : **Representasi Kebebasan Bereksprei pada Iklan ESSE CHANGE di Platform Youtube Menggunakan Teori Roland Barthes**

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
08/08/2023	Acc Fenomena dan Judul,serta pelanjutan penulisan proposal bab 1 sampai 3	
12/01/2024	ACC bab 1 & 3	
06/03/2024	ACC instrumen penelitian	
15/05/2024	Melakukan penelitian	
21/05/2025	ACC bab 4 & 5	
28/05/2025	ACC melaksanakan Seminar Hasil	
12/06/2025	Pelaksanaan Seminar Hasil	

Malang, 17 Juni 2025  
Dosen Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

## LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Kamis, 12 Juni 2025, Pukul 19.00 WIB

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:



Nama Peneliti	Dino Adi Saputra
NIM	202010040311508
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Penelitian	Representasi Kebebasan Berekspresi pada Iklan <i>ESSE CHANGE</i> di Platform Youtube Menggunakan Teori <i>Roland Barthes</i>
Pembimbing	Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si
Dosen Penguji	M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui platform Zoom Meeting, dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji 1, dan sejumlah 17 mahasiswa (daftar hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS**

Malang, 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing,

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Dosen Penguji,

M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

#### PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Mario Budy Ardhana sanntoso	202010040311603	Ilmu Komunikasi
2.	Nanda Adya Wicaksana	202010040311436	Ilmu komunikasi
3.	Al Nuraeni	202010040311601	Ilmu Komunikasi
4.	cynthia nabila mahardika wijaya	202010040311508	ilmu komunikasi
5.	Sabitaluh Titisari H.P	202110310311061	Sosiologi
6.	Muhammad Rofi Akbar Utomo	202010040311501	Ilmu Komunikasi
7.	Angga mahardika putra	201810040311403	Ilkom
8.	Rayendra Zahra Prayoga	201810040311385	Ilmu Komunikasi
9.	Yollanda Hulfana Putri	201810040311201	Ilmu komunikasi
10.	M. Mizan Sya' Roni	201810040311196	Ilmu Komunikasi
11.	sanggo leo wula setyawan	201810040311347	ilmu komunikasi
12.	Muhammad Fajar Mukti	201810040311419	Ilkom
13.	Yollanda Hulfana Putri	201810040311201	Ilmu Komunikasi
14.	Rifqy Naufal P	201810040311320	Ilmu Komunikasi
15.	Aditya Dwi Saputra	201810040311412	Ilmu Komunikasi
16.	Edo japindo panggayuh	201810040311055	Ilmu komunikasi
17.	Mario Budy Ardhana sanntoso	202010040311603	Ilmu Komunikasi

Malang, 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing,

Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos, M.Si

Dosen Penguji,

M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 069

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### Abstrak

Dino Adi Saputra. 2025. Nim 202010040311508. REPRESENTASI KEBEBASAN BEREKSPRESI PADA IKLAN ESSE CHANGE DI PLATFORM YOUTUBE MENGGUNAKAN TEORI ROLAND BARTHES, Skripsi, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. Pembimbing: Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si.

Dalam pembuatan iklan ada beberapa produk yang tidak bisa ditampilkan secara langsung seperti iklan alcohol, rokok, dan alat kontrasepsi. Regulasi ini telah berjalan kurang lebih 21 tahun, dimana iklan rokok tidak boleh bersifat menghimbau, iklan rokok juga tidak boleh menampilkan rokok, bungkus rokok, serta orang yang sedang merokok itu sendiri, serta dilarang memperagakan cara penggunaan rokok. Oleh karena regulasi tersebut, iklan rokok selalu menggunakan tema lifestyle dan menggunakan tanda – tanda yang mampu membuat audiens tertarik serta dapat menjangkau konsumen baru dari iklan tersebut. Salah satunya adalah iklan rokok ESSE CHANGE versi “Space Edition”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pemaknaan iklan rokok ESSE CHANGE versi “Space Edition”. Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode secara kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian berupa deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Sumber data primer dan tersier dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan analisi semiotika Roland Barthes pada iklan rokok ESSE CHANGE. Hasil Penelitian diperoleh bahwa klan rokok ESSE CHANGE memanfaatkan analisis semiotika Roland Barthes dengan makna denotatif menampilkan transformasi dari kondisi tidak bersemangat menjadi penuh semangat. Makna konotatif menunjukkan perubahan suasana dan rasa lewat latar tempat yang berbeda. Sementara itu, mitos yang dibangun adalah bahwa rokok ini mampu meningkatkan semangat dan citra maskulin serta menarik perhatian perempuan. Iklan ini menggunakan simbol visual untuk menyampaikan pesan bahwa produk tersebut modern, penuh variasi, dan meningkatkan kualitas hidup.

**Kata Kunci:** Representasi, Kebebasan Berekspresi, Iklan *ESSE CHANGE*, Teori *Roland Barthes*

Penulis



Dino Adi Saputra

Dosen Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya berupa memberikan kelancaran, kekuatan, kesehatan, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Representasi kebebasan berekspresi pada iklan ESSE CHANGE di Platform Youtube Menggunakan Teori Roland Barthes” .Tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis. Sebagai ungkapan rasa syukur, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang selalu ada bersama penulis, dari awal sampai akhir hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua penulis dan keluarga yang senantiasa mengiringi dengan doa dan memberikan dukungan baik secara material maupun non material dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang maksimal dan meluangkan waktu untuk mendampingi pengerjaan skripsi hingga akhir.
4. Kepada Sevira dan teman – teman kontrakan yang juga memberi dorongan semangat untuk penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Kepada ‘Eighternal’ Naura, Ai, Rofi, Nanda, Lala, Mahesa, Mario yang menemani penulis saat pengerjaan skripsi berlangsung

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPS .....</b>	<b>ix</b>
<b>LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
2.1 Iklan sebagai Komunikasi Massa.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	9
2.1.2 Pengertian Komunikasi Massa.....	10
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	12
2.2 Media Digital sebagai Ruang Bebas Berekspresi .....	14

2.2.1 Iklan Esse Change Sebagai Simbol Kebebasan Berekspresi .....	16
2.3 Semiotika .....	18
2.4 Teori Roland Barthes .....	19
2.5. Iklan .....	20
2.5.1. Iklan online .....	22
2.5.2 Iklan Offline.....	24
2.5.3 Iklan Audio Visual.....	25
2.6. Iklan Rokok di Platform Youtube.....	26
2.6.1 Efektivitas platform youtube sebagai sarana periklanan.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>.....</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis dan subyek penelitian.....	34
3.1.1 Jenis Penelitian.....	34
3.1.2 Subyek Penelitian.....	34
3.2 Jenis Data .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Instrumen Penelitian .....	35
3.5 Fokus Penelitian.....	35
3.6 Metode Pengolahan dan Analisi Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	37
<b>BAB IV .....</b>	<b>39</b>
<b>DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Tentang Brand Rokok ESSE.....	39
4.2 Iklan Rokok Esse Change Space Edition 2023 .....	41
<b>BAB V.....</b>	<b>44</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
<b>BAB VI.....</b>	<b>68</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
6.1 Kesimpulan .....	68

6.2 Saran .....	68
6.2.1 Saran Praktis .....	68
6.2.2 Saran Akademis .....	68



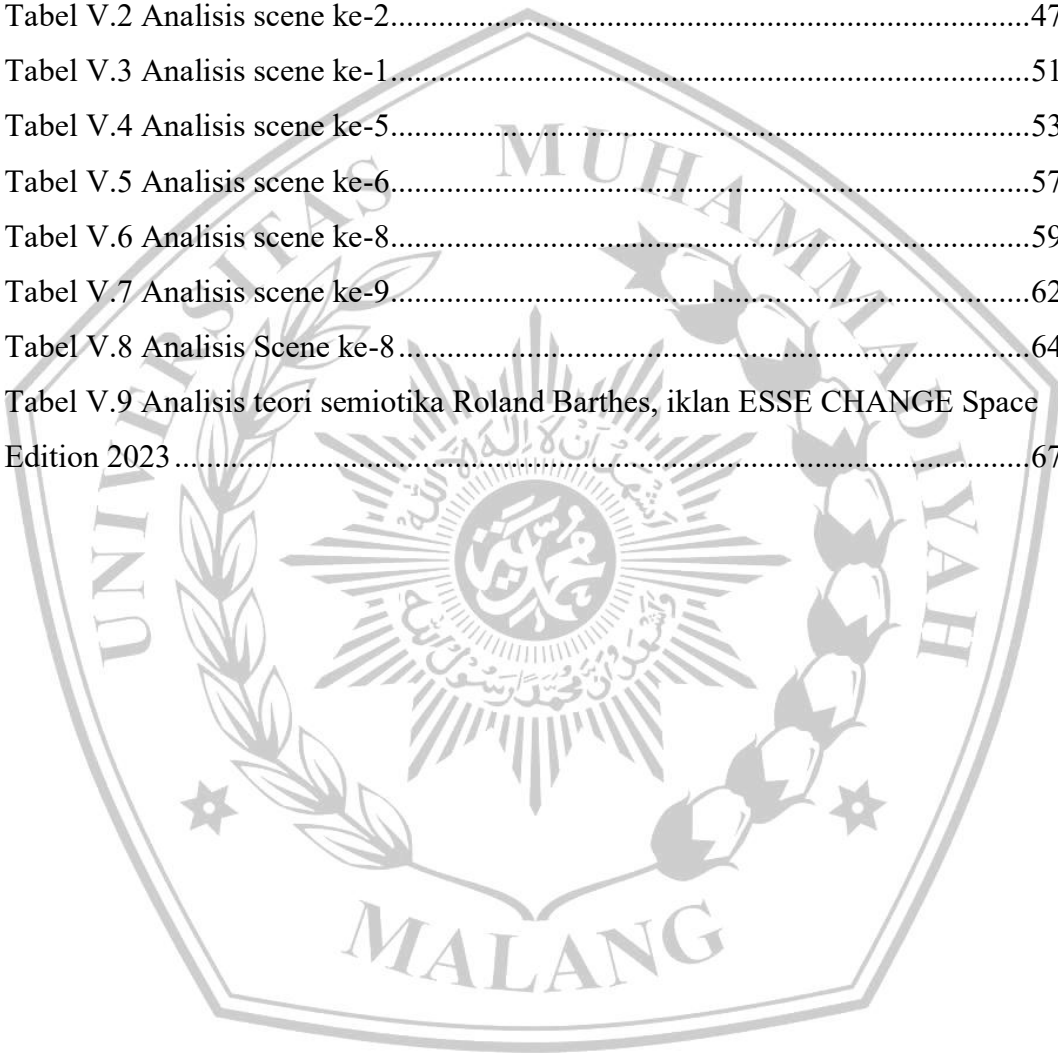
## DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Iklan Yang Ada Dalam Youtube .....37



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Contoh Gambar Iklan Online Rokok pada YouTube.....	29
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel III.1 Keterangan Iklan.....	37
Tabel V.1 Analisis scene ke-1.....	44
Tabel V.2 Analisis scene ke-2.....	47
Tabel V.3 Analisis scene ke-1.....	51
Tabel V.4 Analisis scene ke-5.....	53
Tabel V.5 Analisis scene ke-6.....	57
Tabel V.6 Analisis scene ke-8.....	59
Tabel V.7 Analisis scene ke-9.....	62
Tabel V.8 Analisis Scene ke-8.....	64
Tabel V.9 Analisis teori semiotika Roland Barthes, iklan ESSE CHANGE Space Edition 2023.....	67



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggasta, M. G., & Franzia, E., *Analisis Semiotika Visual Pada Poster Ngayogjazz 2011-2014*. Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain, 12(2), 2016.
- Baldan F.M., Rizki E.S., *Analisis Semiotika Dalam Iklan Rokok “Wismilak Diplomat -Switch To Success, Arti Sebuah Kesuksesan” : Kajian Semiotika Roland Barthes*, Jurnal Sinestesia, Vol.13, No.1, 2023.
- Dailysocial., *Bisnis Digital Dominasi Iklan Televisi, Layanan Marketplace Belanjakan Hampir 5 Triliun Rupiah Tahun Ini Dailysocial.id*. Retrieved 5 October 2019, from <https://dailysocial.id/post/marketplace-dominasi-iklan-televisi-2018>, 2019.
- Effendy O.U., *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2008.
- Firmansyah M.W., *PENGARUH TAGLINE GRATIS ONGKIR DAN IKLAN YOUTUBE DARI SHOPEE TERHADAP BRAND AWARENESS*, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol.3 No.3, 2022.
- Firdaus, Moch. Alvian, *Egosentrisme Dalam Kehidupan Sosial Pada Iklan Satire (Analisis Semiotika Pada Iklan Rokok Sampoerna A Mild 30 Detik Versi “Kita Gak Enakan Dia Seenaknya”)*. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2025.
- Gustian, V., Lubis, M., & Hasanuddin, H. *Hubungan Moral Kerja dan Locus Kendali dengan Komitmen Organisasi Widyaiswara*. Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 2(2), 2020.
- Husna, I., & Hero, E. *Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah*. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 44–59, 2022.
- Hasan H., *IKLAN ROKOK CLASS A MID (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAN BARTHES)*, SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Alauddin, 2018.
- Harahap S.W., dkk., *Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi*, Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 3(1), 2021.

- Heru P., *ANALISIS SEMIOTIKA TEORI ROLAND BARTHES DALAM PUISI “CINTA YANG AGUNG” KARYA KAHLIL GIBRAN*, Jurnal Elsa, Volume 21, Nomor 2, 2023.
- Hidayat, Muhammad Arief., *DESAIN IKLAN PADA MARKETPLACE UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN (STUDI IKLAN ONLINE SHOP SHOPEE)*. Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020.
- Hesti Okta Milasari, Joni Tesmanto, & Moestopo, H. J. *PENGARUH IKLAN ONLINE DAN OFFLINE BODY LOTION SCARLETT TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS PANCA SAKTI BEKASI*. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 2(2), 2024.
- Jundullah T.J., *Konstruksi Fetihisme Komoditas Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland barthes pada iklan Rokok Djarum Black Cappucino versi Perfect Ingredients)*, SKRIPSI, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018.
- Kevinia C, putri syahara putri sayahara, Aulia S, Astari T. *Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film Miracle in Cell No.7 Versi Indonesia*. COMMUSTY [Internet]. 1(2), 2022.
- Kanzunudin, M., *Analisis Semiotik Roland Barthes pada Puisi ‘Ibu’ Karya D. Zawawi Imron (Semiotic Analysis of Roland Barthes at “Ibu” Poetry by D. Zawawi Imron)*. *Sawerigading*, 28(2), 2022.
- Lubis M.D.I., *KOMUNIKASI ANTARPRIBADI GURU DAN SISWA DALAM MENCEGAH KENAKALAN REMAJA*, *Jurnal Network Media* Vol: 3 No. 1, 2020.
- Latifah, U., Busri, H., & Badrih, M., *Retorika estetik bahasa iklan online Ramadan 2022: Kajian Fungsional Aliran Praha*. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 9(1), 2023.
- Lawono E.R., dkk., *Representasi Maskulinitas dan Budaya Populer dalam Iklan Pond’s Men*, *PENELITIAN AUDIENS* VOL. 3, NO. 2, 2022.
- Lawono, E. R., Dliyaulhaq, A., & Bimantara, A. ,*Representasi Maskulinitas dan Budaya Populer dalam Iklan Pond’s Men*. *Jurnal Audiens*, 3(2), 93–103. <https://journalaudiens.umy.ac.id/index.php/ja> , 2021.

- Margahana H., *ANALISIS PENGARUH IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI: STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI OKU TIMUR*, JRMB Volume 5, No. 2, 2020.
- Mustaqim, I. H., Sunarni, N., & Suryadimulya, A. S., *Fungsi Pragmatik Permainan Kata pada Wacana Iklan Audiovisual “Santarou” Berbahasa Jepang*. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(2), 2023.
- Mursyidan Baldan, F., Septiyani, R. E., Negeri, I., & Ampel, S. (t.t.). *Analisis Semiotika Dalam Iklan Rokok “Wismilak Diplomat-Switch To Success, Arti Sebuah Kesuksesan”*: *Kajian Semiotika Roland Barthes*. Dalam *Jurnal Sinestesia* (Vol. 13, Nomor 1). <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/283>
- Noriega O., Gregorius G.S., *Satirisme Cerdas Iklan Djarum 76 Filter Gold Versi Caleg Cerdas (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, *Prologia*, Vol. 4, No. 1, 2020.
- Nederstigt, U., & Hilberink-Schulpen, B., *Advertising in a foreign language or the consumers’ native language?*, *Journal of International Consumer Marketing*, 30(1), 2018.
- Nurhayati, A., Munawar, M., & Urfa, I. B., *ANALISIS EPIC MODEL TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT*. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 2022.
- Putra M.C.E.D., dkk., *Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Bungkus Rokok*, *JDER Journal of Dehasen Education Review*, 5 (3), 2024.
- Prasetyaningtyas A., *ANALISIS SEMIOTIK DAN WACANA PADA IKLAN ROKOK LA LIGHTS “YANG LAIN BERSANDIWARA, GUE APA ADANYA!” VERSI TOPENG MONYET DI MEDIA TELEVISI*, *Skriptorium*, Vol. 1, No. 3, 2023.
- Permatasyari A., *PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA*, *Jurnal Prosiding* (1), 2021.

- Purwaka, A., Diman, P., Nurensia, I., Pendidikan Bahasa, M., Indonesia, S., Palangka, U., Jalan, R., Sudarso, Y., Upr, K., Nyaho, T., & Raya, P., *RELASI SISTEM TANDA VERBAL DAN TANDA VISUAL PADA IKLAN ROKOK DI YOUTUBE (The Relation of Verbal dan Visual Signs System in Cigarette Advertisements in Youtube)*. 2020.
- Rohma N.H., dkk., *Fungsi Sintaksis, Kategori Sintaksis, dan Peran Semantik Pada Tagline Iklan Rokok di Indonesia (Kajian Sintaksis)*, Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya, Vol.8, No.4., 2024.
- Rambitan, P. A., *Pengaruh Iklan “BukaLapak” pada Situs Youtube dan Gaya Hidup di Era Digital terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online “BukaLapak.”* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018.
- Ramdhaniana A., Rahma S.Z., *Representasi Pesan Edukasi dalam Iklan di Youtube (Studi Semiotika Roland Barthes pada Iklan Konditioner Pantene)*, Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1, No.01, 2023.
- Sitompul A.L., dkk., *ANALISIS POSTER VIDEO KLIP LATHI : KAJIAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE, JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA, VOLUME 6 No.1, 2021.*
- Shiratina, A., R Indika, D., Komariyah, I., Kania, D., & Hendriani Solihin, E., *Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. Jurnal Sains Manajemen, 2(1), 2020.*
- Sadewo A., *ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI INDUSTRI ROKOK DALAM KOMIK “PERUSAHAAN ROKOK UNTUNG BESAR!!”*, SKRIPSI, Universitas Islam Indonesia. 2017.
- Saryanti E., Claudia R.P., *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK ESSE DI KOTA SURAKARTA*, Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, Vol 6, No 1, 2019.
- Suranto Aw. *Komunikasi Interpersonal*. Edisi Pertama: Graha Ilmu, Yogyakarta. Widjaja. W. A., 1986, *Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat*, Bina Aksara, Jakarta. 2011.

- Umiyati A., *Makna Maskulinitas Dalam Iklan Rokok Gudang Garam Edisi Terbitnya Sang Surya: Analisis Semiotika Roland Barthes*, SKRIPSI, Universitas Peradaban, 2023.
- Vardhani N.K., Agnes S.P.T., *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI DENGAN MAHASISWA PERTUKARAN ASING*, Jurnal Gama Societa, Vol. 2 No. 1, 2018.
- Wiranata, dkk., *Kebebasan Berekspresi Melalui Media Digital dan Penerapannya Di Indonesia*, Pancasakti Law Journal (PLJ), Vol. 1, No. 2, 2023.
- Yuniar Y., *Semiotic Meanings in the Esse Change 'Click to Change' Cigarette Advertisement, Paradigma ,Lingua* Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra, Volume 5 No 2, 2025.
- Zega I.W., dkk., *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YANG BIJAK DALAM KEBEBASAN BEREKSPRESI DAN BERPENDAPAT*, Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 5, Nomor 2, 2024

