

**ANALISIS SEMIOTIKA KARYA DESAIN IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT OLEH KEMENDIKBUD TENTANG  
BULLYING: “INI GAK LUCU”**

**SKRIPSI**

**RAVSYAL WHYGUNA ANDIEKA**

**20200060093**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKLUTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA**

**SUKABUMI**

**FEBUARI 2025**

**ANALISIS SEMIOTIKA KARYA DESAIN IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT OLEH KEMENDIKBUD TENTANG  
BULLYING: “INI GAK LUCU”**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam  
Menempuh Gelar Sarjana*

**RAVSYAL WHYGUNA ANDIEKA**

**20200060093**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKLUTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
FEBUARI 2025**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : ANALISIS SEMIOTIKA KARYA DESAIN IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT OLEH KEMENDIKBUD TENTANG  
*BULLYING: “INI GAK LUCU”*

NAMA : RAVSYAL WHYGUNA ANDIEKA  
NIM : 20200060093

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai hasil karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana desain saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”



Sukabumi, 11 Februari 2025

Materai

Ravsyal Whyguna Andieka

Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS SEMIOTIKA KARYA DESAIN IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT OLEH KEMENDIKBUD TENTANG  
*BULLYING: “INI GAK LUCU”*

NAMA : RAVSYAL WHYGUNA ANDIEKA  
NIM : 20200060093

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 24 Januari 2025 Menurut pandangan kami. Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar sarjana Desain

Sukabumi, 24 Januari 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Tulus Rega Wahyuni E, S.Kom.I.,M.Sn      Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn

NIDN. 0430109501

NIDN. 0431088506

Plh. Dekan Fakultas Teknik, Komputer, dan Desain

Ir. Paikun, S.T., M.T., IPM.ASEAN.Eng

NIDN. 0402037410

Di balik setiap tanda dan makna yang terkandung dalam iklan "Ini Gak Lucu", ada upaya untuk membongkar bagaimana kekerasan verbal dinormalisasi dalam bercanda sebuah realitas yang pernah di alami dan disaksikan secara pribadi. Melalui penelitian ini, peneliti berusaha mengurai bukan hanya lapisan denotasi dan konotasi dalam desain visual, tetapi juga tanggung jawab kita sebagai masyarakat untuk memutus mata rantai bullying. Penelitian ini bertujuan mengungkap makna dan implikasi iklan Kemendikbud RI tersebut dengan pisau bedah semiotika Roland Barthes, sekaligus menjadi batu loncatan untuk pengembangan ilmu komunikasi visual yang responsif terhadap isu sosial. Sebagai bentuk komitmen, penelitian ini didedikasikan pula untuk setiap korban *bullying* yang diam-diam menyimpan luka di balik tawa palsu. Semoga analisis tanda-tanda dalam "Ini Gak Lucu" tidak hanya menjadi kajian akademis, tetapi juga pengingat bahwa desain yang humanis bisa menjadi suara bagi yang tak terdengar.

***“Skripsi ini kutunjukan untuk ayahanda, ibunda tercinta, serta para sahabat yang sangat berharga”***



## ABSTRACT

*Every year in Indonesia was always shaken by many cases of bullying, the increase in bullying cases from year to year took many victims, particularly victimizing elementary school students. The horror of this case has reached the stage of the point of claiming lives, as was the case with a child identified by the initial "F", an elementary student in Bekasi who had to undergo amputation and ultimately lost his life due to bullying. This incident did not escape the attention of the Ministry of Education and Culture (KEMENDIKBUD), which voiced an anti-bullying campaign using a public service advertisement (PSA) titled "INI GAK LUCU". However, to understand the language and the messages contained both verbally and visually, semiology is required. By using Roland Barthes' semiotic analysis method, we can understand the signs within the design work and this research aims to investigate how the narrative of bullying is communicated through the PSA "INI GAK LUCU". The results of this analysis are expected to serve as a evaluation or guide for the creation of better ideas/concepts.*

Nusa Putra  
UNIVERSITY

*Keywords: Analysis, semiotics, public service advertisement, students, Bullying.*



## ABSTRAK

Pada setiap tahunnya Indonesia banyak diguncang oleh kasus *bullying*, meningkatnya kasus *bullying* dari tahun ke tahun banyak memakan korban khususnya pada tingkat pelajar Sekolah Dasar (SD). Menggerikannya kasus ini sampai kepada tahap memakan korban jiwa seperti yang terjadi kepada siswa dengan inisial “F” seorang pelajar SD di bekasi yang harus diamputasi dan kehilangan nyawa akibat *Bullying*. Peristiwa ini tak luput dari kepedulian KEMENDIKBUD untuk menyuarakan kampanye anti *Bullying* menggunakan karya desain iklan layanan masyarakat (ILM) berjudul “INI GAK LUCU”. Namun untuk mengetahui bahasa juga pesan yang terkandung secara verbal dan visual diperlukan ilmu semiotika. Dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes kita dapat memahami tanda-tanda karya desain dan peran penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana narasi *Bullying* disampaikan melalui ILM “INI GAK LUCU” dan hasil analisis ini dapat menjadi sebuah evaluasi untuk pembuatan ide/gagasan yang lebih baik.



Kata kunci: Analisis, semiotika, iklan layanan masyarakat, pelajar, *Bullying*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Semiotika Karya Desain Iklan Layanan Masyarakat Oleh Kemendikbud Tentang *Bullying*: ‘Ini Gak Lucu’”. Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik, Komputer, dan Desain Universitas Nusa Putra. Tujuan penulisan skripsi ini adalah mengkaji prihal tanda dalam karya desain ILM dari Kemendikbud RI untuk mengupas pesan dan makna yang terkandung didalamnya dan bagimana implikasinya terhadap masyarakat serta diharapkan untuk dapat menjadi evaluasi untuk pembuatan karya desain ILM dengan gagasan/ide yang lebih baik.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yangsebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, ST., M.Si Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Wakil Anggy Praditha Junfithrana, S.Pd, MT selaku Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi yang sudah membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Firman Mutaqin, S.Ds., M.Ds selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi yang sudah membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Tulus Rega Wahyuni E, S.Kom.I., M.Sn Selaku Dosen Penguji I yang sudah memberikan kritik dan saran pada penulis terhadap skripsi ini.
7. Bapak Moch. Ficky Aulia, S.Ds., M.Sn selaku Dosen Penguji II yang sudah memberikan kritik dan saran serta bimbingan pada penulis terhadap skripsi ini.
8. Para Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan ilmu dan banyak manfaat yang tak terhitung.
9. Orang tua dan keluarga yang membesar, mendidik, membiayai, mendoakan dan menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi.

10. Bapak Samuel Rihi Hadi Utomo., S.Ds., M.A. atas segala bantuannya untuk membuka perspektif baru dalam pemecahan masalah serta memberikan dukungan secara emosional kepada penulis.
11. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020. Khususnya Sri Nurendah Sekarwangi yang sudah mendukung dan menyemangati serta merawat penulis dalam setiap kondisi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin YaaRabbal 'Alamiin.

Sukabumi, 24 Januari 2025

**Ravsyal Whyguna Andieka**

Penulis



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

---

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ravsyal Whyguna Andieka

NIM : 20200060093

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenis Karya : Tugas Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas NusaPutra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS SEMIOTIKA KARYA DESAIN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT OLEH KEMENDIKBUD TENTANG BULLYING: “INI GAK LUCU”**



beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 24 Januari 2025

Yang menyatakan

Ravsyal Whyguna Andieka

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	3
PENGESAHAN SKRIPSI.....	4
ABSTRACT .....	6
ABSTRAK .....	7
KATA PENGANTAR.....	8
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	10
DAFTAR ISI .....	11
DAFTAR TABEL .....	13
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR BAGAN.....	13
BAB I .....	14
11.1 Latar Belakang Masalah. ....	14
11.2 Rumusan Masalah Riset. ....	16
11.3 Batasan Masalah. ....	16
11.4 Tujuan Riset.....	16
11.5 Manfaat penelitian. ....	17
11.6 Kerangka Pemikiran. ....	17
11.7 Diagram Hubungan Logis.....	19
BAB II.....	21
2.1 Landasan Teori. ....	21
2.1.1 Analisis Semiotika .....	21
2.1.2 Semiotika .....	21
2.1.2.1 Tanda .....	23
2.1.3 Semiotika Roland Barthes.....	23
2.1.3.1 Makna Denotatif Dan Konotatif.....	24
2.1.3.2 Mitos.....	24
2.1.3.3 Kode .....	24
2.1.4 Media. ....	26
2.1.4.1 Film. ....	26
2.1.4.2 Teknik pengambilan gambar .....	26
2.1.4.3 Iklan.....	32
2.1.4.4 ILM.....	33
2.1.4.5 Elemen-elemen Tanda Iklan. ....	33

2.1.4.6	Prinsip Iklan. ....	33
2.1.4.7	ILM “Ini Gak Lucu”.....	34
2.1.4.8	Pengaruh, Dampak, Implikasi, efektivitas ILM. ....	35
2.1.5	<i>Bullying</i> . ....	35
2.1.5.1	Maskulinitas.....	37
2.1.5.2	<i>Stereotyping</i> . ....	38
2.1.5.3	Kekuasaan.....	38
2.1.5.4	Kekuatan kolektif. ....	39
2.1.6	Pesan. ....	39
2.1.6.1	Konsep Pesan. ....	40
2.1.6.2	Komponen dan Gaya Pesan.....	41
2.1.6.3	Disonasi Pesan.....	42
2.2	Kerangka Teori. ....	43
2.3	Penelitian Terdahulu. ....	45
BAB III.....		47
3.1	Metode Penelitian. ....	47
3.2	Metode Pengumpulan Data. ....	47
3.2.1	Dokumentasi. ....	47
3.2.1	Observasi.....	47
3.2.1	Wawancara.....	48
3.3	Metode Analisis Data.....	48
3.4	Objek Penelitian.....	48
3.5	Tahapan Penelitian. ....	49
BAB IV .....		51
4.1	Analisis makna dalam ILM “INI GAK LUCU” .....	51
4.1.1	<i>Scene 1: Intro</i> .....	51
4.1.2	<i>Scene 2: Pemicu konflik</i> .....	57
4.1.3	<i>Scene 3: Bully</i> .....	64
4.1.4	<i>Scene 4: Perlawan</i> .....	71
4.1.5	<i>Scene 5: Climax</i> .....	79
4.2	Pemahasan dalam ILM “INI GAK LUCU”.....	86
BAB V .....		89
5.1	Kesimpulan .....	89
5.2	Saran .....	90

DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN .....	97

## DAFTAR TABEL

TABLE 1 TEORI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES .....	24
TABLE 2 PENELITIAN TERDAHULU .....	45
TABLE 3. <i>SHOT</i> YANG TERDAPAT DALAM <i>SCENE</i> 1 .....	51
TABLE 4. <i>SHOT</i> YANG TERDAPAT DALAM <i>SCENE</i> 2 .....	57
TABLE 5. <i>SHOT</i> YANG TERDAPAT DALAM <i>SCENE</i> 3 .....	64
TABLE 6. <i>SHOT</i> YANG TERDAPAT DALAM <i>SCENE</i> 4 .....	71
TABLE 7. <i>SHOT</i> YANG TERDAPAT DALAM <i>SCENE</i> 5 .....	79

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. ILUSTRASI <i>ANGLE</i> KAMERA PADA OBJEK .....	27
GAMBAR 2. PENEMPATAN <i>ANGLE</i> SEARAH JARUM JAM .....	27
GAMBAR 3. POTRET 3 KARAKTER YANG DIPERKENALKAN .....	53
GAMBAR 4. POSE BALET PADA PRIA .....	55
GAMBAR 5. KOSTUM LENGKAP MAHESA <i>Putra</i> .....	59
GAMBAR 6. REAKSI DARI PENAMPILAN MAHESA .....	60
GAMBAR 7. RESPON MASYARAKAT TERHADAP KARAKTER .....	63
GAMBAR 8. AKSI <i>BULLYING</i> YANG DIREKAM PELAKU .....	68
GAMBAR 9. KETERPURUKAN MAHESA .....	69
GAMBAR 10. PENGANCAMAN PENYEBARAN FOTO .....	69
GAMBAR 11. FENOMENA <i>No Viral - No Justice</i> DI MEDIA SOSIAL .....	71
GAMBAR 12. AKSI SOLIDARITAS SISWA .....	74
GAMBAR 13. ANCAMAN SISWA .....	75
GAMBAR 14. DUKUNGAN MICHAEL TERHADAP MAHESA .....	76
GAMBAR 15. BARANG BUKTI DIGITAL .....	77
GAMBAR 16. AKSI SERENTAK SISWA .....	82
GAMBAR 17. EKSPRESI PARA SENIOR .....	83
GAMBAR 18. DISONASI ANTARA VISUAL DAN <i>CALL TO ACT</i> .....	85

## DAFTAR BAGAN

BAGAN 1.1 KERANGKA PEMIKIRAN .....	18
BAGAN 1.2 DIAGRAM HUBUNGAN LOGIS KEILMUAN DKV – TOPIK – TEORI .....	19
BAGAN 2.1 KERANGKA TEORI .....	44
BAGAN 3.1 TAHAPAN PENELITIAN .....	49

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah.**

UNICEF (2023) mengeluarkan *global database* mengenai *bullying*, didapati bahwa sepertiga orang di dunia pernah mengalami *bullying*, hal ini menjadikan *bullying* sebagai isu *global* yang kita hadapi. Dengan *bullying* menjadi sebuah masalah *global* dan selain 4 negara yang mempunyai kasus *bullying* tertinggi seperti Australia, Estonia, Russia dan Portugal (Darmawan, 2022). *Bullying* juga merupakan masalah sosial yang serius dan mendesak di Indonesia, karena menurut data dari Federasi Serikat Guru Indonesia (FSGI) dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), tercatat terjadi 226 kasus *bullying* pada tahun 2022 yang telah menjadi teror bagi para pelajar di sekolah (Putri, 2023). Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI) juga mencatat data sepanjang Januari-Agustus 2023 terdapat 379 anak usia sekolah menjadi korban kekerasan fisik dan *bullying* di lingkungan sekolah (BBC, 2023).

*Bullying* merupakan segala bentuk penindasan atau kekerasan yang dilakukan dengan sengaja oleh satu orang atau sekelompok orang yang lebih kuat atau berkuasa terhadap orang lain, dengan tujuan untuk menyakiti dan dilakukan secara terus menerus (Mardiastuti, 2022). *Bullying* dapat berwujud kekerasan fisik, verbal, atau psikologis, juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi korban, pelaku, maupun lingkungan sekitar (Fatimah, 2023). Di akhir tahun 2023 Indonesia digempur dengan beberapa kasus *bullying* seperti yang terjadi pada siswa Sekolah Dasar (SD) di Banyuwangi yang dikeroyok oleh para pelaku *bullying* (Arifianto, 2023). Selain penggeroyakan, adapula siswa yang mengalami patah tulang yang merupakan sebuah cidera serius hingga harus menjalani operasi akibat *bullying* di Sukabumi (Ansori, 2023). Tidak hanya sampai kasus cidera serius, bahkan *bullying* ini sudah memakan korban, korban berinisial “F” siswa SD berasal dari Kabupaten Bekasi harus menjalani operasi amputasi kaki dan sampai meregang nyawa akibat *bullying* (Putri, 2023).

Salah satu upaya untuk mencegah dan mengatasi *bullying* adalah dengan melakukan kampanye sosial melalui iklan layanan masyarakat (ILM). Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah proses penyampaian informasi yang bersifat persuasif atau mendidik khalayak melalui iklan (Aurellia, 2022). ILM dapat disampaikan melalui berbagai media, salah satunya adalah media visual seperti poster, spanduk, atau video. Media visual memiliki keunggulan dalam menarik perhatian, menggugah emosi, dan menyampaikan pesan secara efektif dan efisien (faris, 2024).

Kampanye anti *bullying* sudah sering dilakukan oleh beragam pihak. Salah satu contoh ILM kampanye anti *bullying* yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) tahun 2020 berbentuk video dengan judul "INI GAK LUCU", namun kasus *bullying* ini sendiri masih kerap terjadi, sehingga dibutuhkan kampanye anti *bullying* yang lebih besar terkait kasus *bullying*. ILM ini menampilkan skenario yang menggambarkan aksi *bullying* yang sering terjadi di sekolah saat masa orientasi tahun pelajaran baru, seperti menertawakan, meremehkan, penyalahgunaan kekuasaan, membentak, mengejek, perpeloncoan atau menghina. ILM ini juga dilengkapi dengan slogan "Gerak Bersama" dan "Lapor" yang ditulis dengan huruf besar, serta logo Kemendikbud dan media sosial cerdas berkarakter Kemendikbud.

ILM ini menarik untuk diteliti karena walaupun diunggah pada 4 tahun lalu, selain ILM ini masih relevan dengan kasus *bullying* yang ada, para "warga internet" masih berinteraksi dalam kolom komen dalam kanal *YouTube* hingga Skripsi ini dibuat, selain itu dalam ILM ini juga membawa kasus terkait lainnya seperti "toxic maskulinity" yang tersirat di dalamnya yang mana akan dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika. Aspek-aspek penanda lain seperti musik latar belakang yang berubah, *scene* adegan yang menggambarkan sikap diskriminatif, ekspresi wajah dan juga narasi para aktor, bahkan sampai properti yang ditampilkan dalam latar tempat dapat dikaji lebih dalam lagi dengan pisau bedah semiotika. Teori semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini agar peneliti dapat mengungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam ILM ini, serta mengkaji implikasinya bagi masyarakat.

## 1.2 Rumusan Masalah Riset.

1. Apa tanda visual dan verbal yang terdapat dalam karya desain ILM oleh Kemendikbud tentang *bullying*: "INI GAK LUCU"?
2. Bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terdapat dalam karya desain ILM oleh Kemendikbud tentang *bullying*: "INI GAK LUCU"?
3. Bagaimana implikasi dari tanda dan pemaknaannya dalam karya desain ILM oleh Kemendikbud tentang *bullying*: "INI GAK LUCU" bagi masyarakat?

Dengan merumuskan pertanyaan-pertanyaan tersebut, Skripsi ini diharapkan dapat mengidentifikasi dan menganalisis secara mendalam aspek-aspek kunci terkait fenomena ini dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sebagai pisau bedah penelitian ini.

## 1.3 Batasan Masalah.

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menganalisis karya desain ILM oleh Kemendikbud tentang *Bullying*: "INI GAK LUCU" yang berbentuk video, yang dapat diakses melalui situs laman resmi Kemendikbud, *YouTube* atau media sosial.
2. Penelitian ini hanya menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai kerangka analisis.
3. Penelitian ini hanya menggunakan metode analisis isi kualitatif sebagai teknik pengumpulan dan pengolahan data.

## 1.4 Tujuan Riset.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna dan implikasi iklan layanan masyarakat Kemendikbud tentang *bullying*: "INI GAK LUCU" dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai landasan analisis. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan bidang komunikasi, khususnya dalam semiotika dan bidang desain, khususnya dalam karya desain iklan layanan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran juga partisipasi masyarakat dalam mengatasi *bullying*.

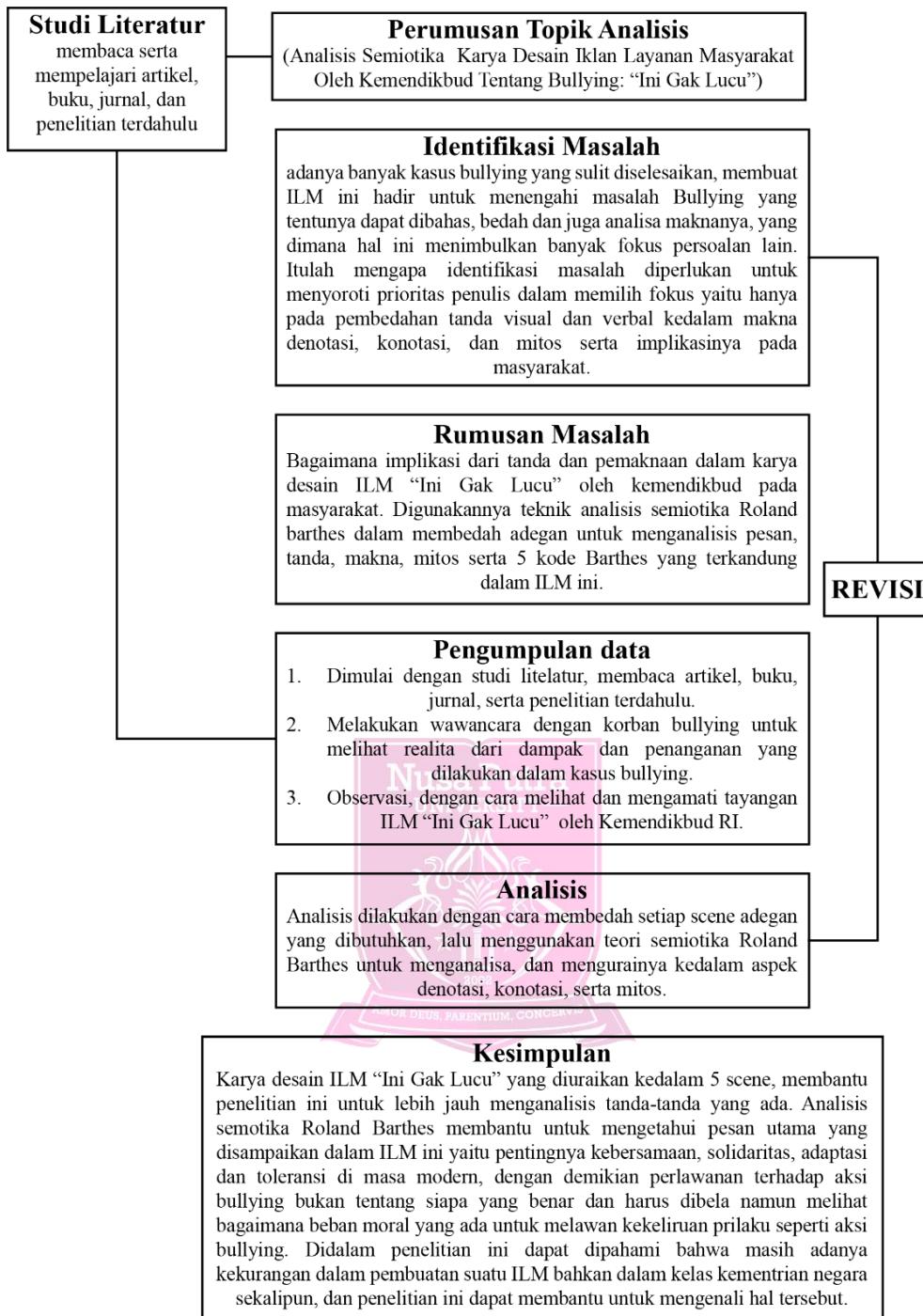
### 1.5 Manfaat penelitian.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi ilmu komunikasi, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan metode semiotika, khususnya dalam menganalisis iklan layanan masyarakat sebagai salah satu bentuk komunikasi persuasif yang berkaitan dengan isu sosial dan budaya.
2. Bagi iklan layanan masyarakat, penelitian ini dapat memberikan masukan dan evaluasi tentang bagaimana memilih dan menyusun tanda-tanda verbal dan visual yang lebih baik dan relevan untuk menyampaikan pesan dan makna tentang pencegahan dan penanggulangan *bullying*.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan kesadaran tentang ciri, makna dan dampak dari *bullying*, serta motivasi dan partisipasi dalam mengambil tindakan preventif dan korektif terhadap permasalahan tersebut.

### 1.6 Kerangka Pemikiran.

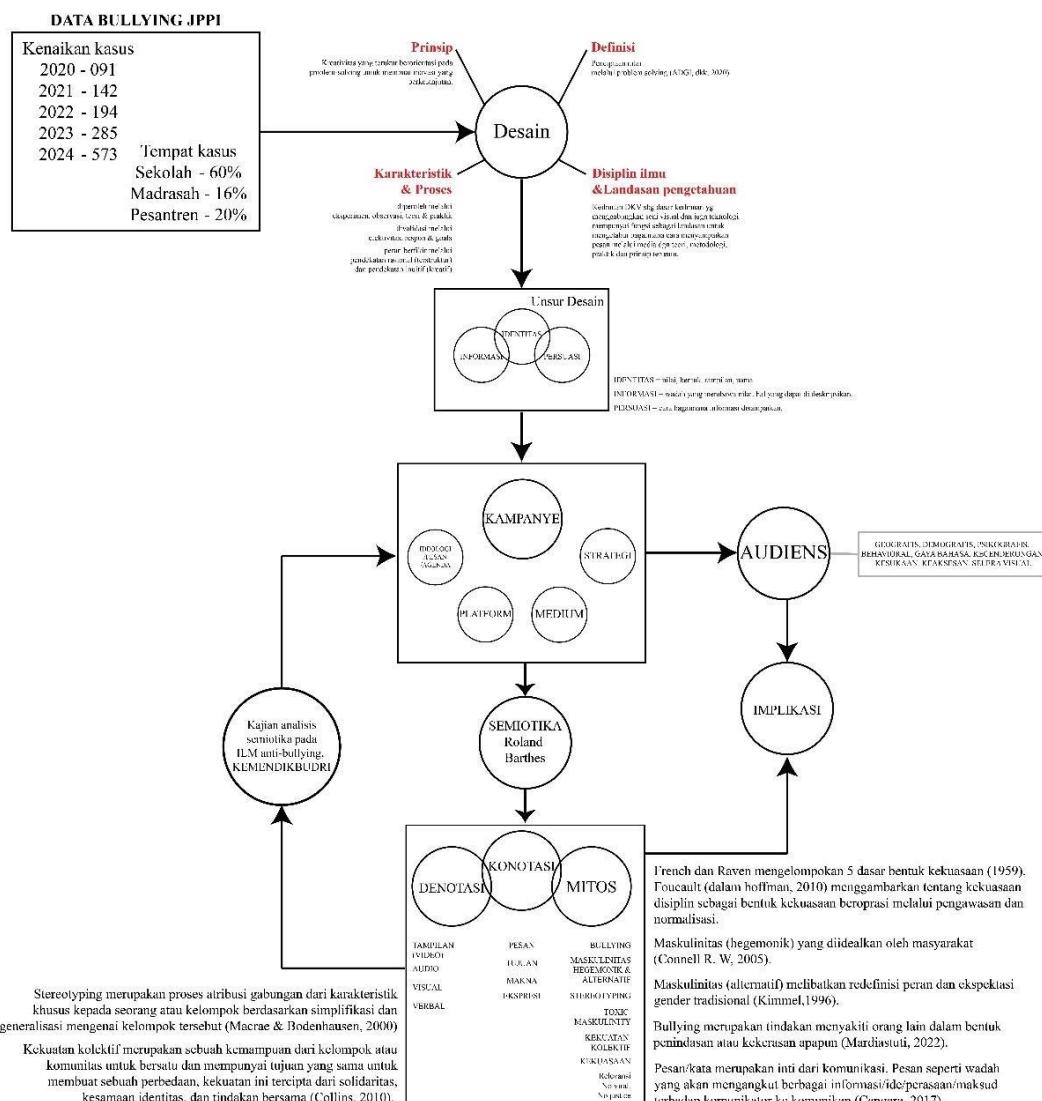
Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran berikut dirancang bertujuan untuk memberikan panduan sistematis agar dapat menganalisa tanda, pesan, serta makna pada karya desain ILM “Ini Gak Lucu”. Semua tahap diajabarkan didalam gambar bagan sebagai berikut:



**Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran**  
(Sumber: Data penulis)

## 1.7 Diagram Hubungan Logis.

Dalam penelitian ini, diagram hubungan logis berikut dirancang bertujuan untuk memperjelas keterkaitan konseptual, antara keilmuan DKV, topik penelitian, serta teori yang digunakan. Diagram ini membantu menunjukkan bagaimana setiap komponen saling berinteraksi dan berkaitan. Semua tahap diajabarkan didalam gambar bagan sebagai berikut:



## **Bagan 1.2 Diagram Hubungan Logis Keilmuan DKV – Topik – Teori (Sumber: Data penulis)**

Lebih lanjut bagan tersebut dijelaskan dalam paragraf dekriptif berikut:

Pintu masuk keterkaitan diagram ini didasari dengan data tentang kasus *bullying* oleh JPPI yang dilansir melalui kompas.com, dimana hal tersebut menunjukkan peningkatan kasus yang terus menerus terjadi dari tahun 2020 sampai pada 2024 dalam berbagai instansi Pendidikan. Posisi desain dalam penelitian ini pertama-tama terletak pada dimesionalitas desain yang mengangkat keilmuan desain komunikasi visual kepada unsur utama dalam komunikasi desain yaitu identitas, informasi, dan persuasi. Semua unsur ini dijelaskan lebih lanjut oleh Aulia (2024), Identitas memberikan landasan karakteristik yang dikandung pada suatu objek (yang memiliki nilai, bentuk, tampilan ataupun nama), lalu informasi merupakan wadah yang membawa identitas (nilai) tersebut dan merupakan suatu hal yang dapat dideskripsikan, ketika informasi itu menjalar maka aktivitas persuasi ikut bereaksi didalamnya secara bersamaan.

Kampanye sebagai proses dari unsur persuasi memiliki, keduniaannya juga yang dimana terdapat sebuah strategi untuk meraih tujuan, yaitu untuk menyampaikan pesan atau ideologi maupun sebuah agenda tertentu. Medium sebagai perpanjangan tangan dari strategi dan pesan itu sendiri sebagai sebuah wadah. Semua hal tersebut dikemas dan disajikan dalam sebuah *platform* atau panggung yang dimana hal ini akan siap dikonsumsi oleh audiens. Topik penelitian difokuskan pada analisis semiotika karya desain ILM “Ini Gak Lucu” yang bertujuan mengungkap makna-makna yang ada dalam ILM tersebut melalui analisis tanda visual dan verbal. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai pisau bedah analisis, yang dimana teori ini dapat menganalisis makna lebih dalam melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos yang sangat membantu dalam menguraikan bagaimana pesan dalam ILM tersebut dibangun, siapa target audiensnya, dan apa implikasi dari kampanye yang dilakukan oleh KEMENDIKBUDRI ini. Dengan demikian, diagram hubungan logis ini menggambarkan keterkaitan, antara keilmuan DKV, topik penelitian, dan *grand theory* yang digunakan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan keseluruhan dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda dalam ILM “#GerakBersama - Ini Gak Lucu” dari KEMENDIKBUDRI untuk mengungkap makna-makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terdapat didalamnya. Melalui teknik analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengungkapkan berbagai lapisan makna yang menggambarkan dinamika sosial, kekuasaan serta perjuangan melawan aksi *bullying* dan *Stereotyping*. Setiap *scene* menunjukkan adanya kesinambungan poin-poin penting terhadap keseluruhan narasi yang tidak hanya menyoroti isu *bullying* namun menyentuh isu-isu sensitif lainnya seperti diskriminasi gender dan bagaimana budaya solidaritas, menggunakan kekuatan kolektif untuk menanggulangi masalah tersebut.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, ILM ini memberikan kritik sosial terhadap ketidakpedulian pada aksi kekerasan dan pelecehan yang telah di-normalisasi sebagai sebuah ritual atau tradisi. Penelitian ini melalui analisis semiotika dapat mengungkap makna kompleks terkait dinamika sosial, kekuasaan, perjuangan untuk melawan aksi *bullying* serta stereotip gender. Pesan utama yang ILM ini sampaikan mengenai pentingnya kesadaran atas aksi *bullying*, melawan stereotip gender, serta pentingnya solidaritas dan keberanian untuk melaporkan aksi kekerasan.

Namun, penelitian ini pula mengungkap bahwa adanya disonasi atau konflik pesan yang terjadi, dimana saat visualisasi Mahesa yang menerima permintaan maaf para semiornya, tanpa menindak lanjuti untuk melapor, hal ini bertentangan dengan aksi ajakan #Lapor, yang berdampak pada kebingungan para penerima pesan tentang langkah yang seharusnya diambil saat mengalami aksi *bullying*. Pada ILM ini, di satu sisi, memberikan wawasan tentang pentingnya budaya solidaritas dan keberanian untuk melawan aksi *bullying* karena dampaknya yang begitu besar. Di sisi lain, menunjukkan betapa perlunya pengawasan serta sistem pendidikan yang lebih baik untuk mengatasi masalah ini.

Implikasi terhadap masyarakat mencakup kedalam peningkatan kesadaran masyarakat atas aksi *bullying* dan dampaknya, perubahan sikap masyarakat yang termotivasi untuk penolakan aksi kekerasan juga pelaporan tindakan tersebut, dan tindakan yang lebih tegas terhadap *bullying* yang disertai dengan evaluasi kebijakan pendidikan. ILM ini telah menunjukkan pentingnya solidaritas dan pemberdayaan korban, namun juga kembali menekankan perlunya pengawasan yang lebih ketat untuk mencegah aksi kekerasan, pelecehan dan penyalahgunaan kekuasaan. Disonasi yang terdapat pada ILM ini juga menjadi catatan penting agar pesan yang disampaikan dapat lebih konsisten dan efektif dalam kampanye dan/atau iklan selanjutnya.

## 5.2 Saran

Iklan Layanan Masyarakat yang dibuat oleh lembaga kepemerintahan mempunyai dampak yang signifikan terhadap masyarakat, oleh karena itu penelitian ini yang dapat mengupas perspektif lebih dalam diharapkan dapat menjadi poin evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas dan juga pembahasan untuk pembuatan ILM yang lebih efektif dan Implikasi yang lebih baik lagi terhadap masyarakat.

Pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan metode analisis dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, menggunakan dasar teoritis lain yang dapat menganalisis pesan media dan konten media secara lebih mendalam untuk mendapatkan data-data atau makna yang lebih beragam. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk dapat menganalisis lebih jauh mengenai relevansi budaya yang terbaharui. Masing-masing intuisi mempunyai agenda-agenda tertentu untuk dijalankan, pada penelitian selanjutnya dapat membedah hal tersebut lebih dalam karena melawan atau menentang propaganda atau persoalan-persoalan yang ada didalam suatu kementerian juga tidak kalah penting, dan para audiens pun pada akhirnya akan paham akan adanya suatu proses naturalisasi terselubung yang ada dari sebuah agenda tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- ADGI, ADPII, AIDIA, HDII, HDMI, & IFC. (2020). *Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Deputi Bidang Kebijakan Strategis.
- Al-firdaus, I. (2010). *BUKU LENGKAP TUNTUNAN MENJADI KAMERAMAN PROFESIONAL*. (M. Hani'ah, Ed.) BUKUBIRU.
- Amsari, F. (2024, December 23). Siaga! Fenomena No Viral No Justice | Liputan 6. Liputan 6. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.youtube.com/watch?v=8ggO4seb8t8>
- Ansori, A. N. (2023, Desember 16). *Siswa SD di Sukabumi Jadi Korban Bullying, KemenPPPA Minta Ortu dan Guru Lebih Peka Kondisi Murid*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/health/read/5483172/siswa-sd-di-sukabumi-jadi-korban-bullying-kemenpppa-minta-ortu-dan-guru-lebih-peka-kondisi-murid>
- Arifianto, H. (2023, November 23). *Kasus Siswa SD Dikeroyok Teman-temannya di Banyuwangi Berakhir Damai dengan Kekeluargaan*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/surabaya/read/5461679/kasus-siswa-sd-dikeroyok-teman-temannya-di-banyuwangi-berakhir-damai-dengan-kekeluargaan?page=2>
- Aulia, M. F. (2024). DESAIN, HIPERREALITAS & POST-TRUTH. *JURNAL DASARUPA, VOL06 NO 01*, HAL 33 - 49.
- Aurellia, A. (2022, Agustus 21). *Iklan Layanan Masyarakat: Arti, Isi, Kriteria, Manfaat, dan Contoh*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6245655/iklan-layanan-masyarakat-arti-isi-kriteria-manfaat-dan-contoh>
- Barthes, R. (1986). *S/Z (1970)*. Toronto: Collins Publishers.
- Barthes, R. (1991). *Mythologies (1957)*. New York: the noonday press.
- Barthes, R. (2017). *elemen-elemen semiologi (1964)*. Yogyakarta: BASABASI.
- BBC.com. (2023, September 21). *Mata siswi SD di Gresik ditusuk hingga buta - 'Perundungan di Indonesia sudah darurat'*. Retrieved from BBC.com: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/czr1xkdvk8jo>
- belajarkali\_. (2021, februari). "Respon audiens terhadap konten" [Tangkapan Layar]. *#GerakBersama - Ini Gak Lucu*. cerdasberkarakter.kemdikdasmen. Dipetik Januari 22, 2025, dari [https://www.instagram.com/tv/CIyCM0pDWnR/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/tv/CIyCM0pDWnR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==)
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Charles Tilly, S. T. (2015). *Contentious Politics* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Collins, P. H. (2010). *The New Politics of Community* (Vols. 75(1):7-30). American Sociological Review.  
doi:<https://doi.org/10.1177/0003122410363293>
- Connel, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). London: Routledge.  
doi:<https://doi.org/10.4324/9781003116479>
- Connel, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). *Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept*. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.  
doi:<https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Crew, L. M. (2021, Juli 22). Pose gerakan balet pada pria [FOTO]. Pexels. Dipetik Januari 22, 2025, dari <https://www.pexels.com/id-id/foto/pria-laki-laki-lelaki-tarian-8853918/>)
- Darmawan, R. (2022, Mei 5). *4 Negara dengan Kasus Bullying Tertinggi*. Retrieved from SINDONEWS.com:  
<https://international.sindonews.com/read/761827/45/4-negara-dengan-kasus-bullying-tertinggi-1651745137>
- Ekman, P. (2010). *Membaca emosi, mengenal berbagai ekspresi wajah dan perasaan untuk meningkatkan komunikasi dan kehidupan emosional, Edisi revisi: dengan tambahan bab baru tentang emosi dan kebohongan*. Pustaka baca.
- Esiyansyah, T. R. (2020). ANALISIS PESAN PERDAMAIAN DALAM FILM “CAHAYA DARI TIMUR: BETA MALUKU” Pendekatan Semiotika Roland Barthes.
- Faris, H. (2024, Januari 17). *Media Visual*. Retrieved from Kabarkan.com:  
[https://kabarkan.com/media-visual/#Kelebihan\\_Media\\_Visual](https://kabarkan.com/media-visual/#Kelebihan_Media_Visual)
- Fatimah, S. (2023, Oktober 5). *Pengertian Bullying: Jenis, Dampak, Penyebab dan Cara Mengatasinya*. Retrieved from Detik.com:  
<https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6964625/pengertian-bullying-jenis-dampak-penyebab-dan-cara-mengatasinya>
- Ferdian, R. (2023). Analisis Visual Pada Illustrasi Sampul Majalah Tempo Bertema "Ferdy Sambo" Menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes.
- Fiska, R. (n.d.). *Pengertian Semiotika: Konsep Dasar, Macam, dan Tokoh Pencetusnya*. Retrieved from Gramedia.com:  
[https://www.gramedia.com/literasi/semitika/#1\\_Ferdinand\\_de\\_Saussure](https://www.gramedia.com/literasi/semitika/#1_Ferdinand_de_Saussure)
- French, J. R., & Raven, B. H. (1959). *The bases of social power*. Univeristy of Michigan, Institute for Social Research.

- Greene, J. O. (2013). *Message Production: Advances in Communication Theory*. New York: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203810996>
- HARMON-JONES, E. (Ed.). (2019). *Cognitive Dissonance: Reexamining a Pivotal Theory in Psychology* (2nd ed.). American Psychological Association. doi:<https://doi.org/10.1037/0000135-000>
- Hoffman, M. (2010). Disciplinary power. (D. taylor, Penyunt.) *Michel Foucault: Key Concept*, 27-40. doi:<https://doi.org/10.1017/UPO9781844654734.003>
- Humor, @. I. (2024, Desember 21). [FOTO]. Facebook. Diambil kembali dari <https://web.facebook.com/share/p/1QdQkXArhd/>
- KEMENDIKBUDRI. (2016). Permendikbud Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pengenalan Lingkungan Sekolah bagi Siswa Baru. Indonesia. Dipetik Januari 17, 2025, dari <https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/Permendikbud%2018%20Tahun%202016.pdf>
- Kimmel, M. S. (1996). *Manhood in America*. Oxford University Press. Retrieved from <https://academic.oup.com/book/48777/chapter-abstract/420801224?redirectedFrom=fulltext>
- Kumparan.com. (2024, may 24). *Asal Mula Budaya Gotong Royong di Indonesia dan Tradisinya*. Retrieved january 14, 2025, from Kumparan.com: <https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/asal-mula-budaya-gotong-royong-di-indonesia-dan-tradisinya-22ndfP022GL?form=MG0AV3>
- Kupers, T. A. (2005). *Toxic masculinity as a Barrier to Mental Health Treatment in Prison*. Journal of Clinical Psychology, 61(6), 713–724. doi:<https://doi.org/10.1002/jclp.20105>
- Lévi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. (C. jacobson, & B. G. Schoepf, Trans.) New York: Basic Books.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.
- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 13, No. 2.
- Macrae, C. N., & Bodenhausen, G. V. (2000). *Social Cognition: Thinking Categorically about Others* (Vols. 51:93-120). Annual Review of Psychology. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.51.1.93>
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). MEDIA COMPANY PROFILE SEBAGAI SARANA PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI. *CCIT (Creative Communication and Innovative Technology)*

- journal, 5(3)(Vol 5 No 3 (2012): CCIT JOURNAL), 281-301.*  
 doi:<https://doi.org/https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155>
- Mardiastuti, A. (2022, September 11). *Pengertian Bullying Adalah: Jenis, Penyebab dan Cara Mengatasinya*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6284761/pengertian-bullying-adalah-jenis-penyebab-dan-cara-mengatasinya>
- Mashabi, S., & Prastiwi, M. (2024, December 27). JPPI: Sejak Tahun 2020-2024 Jumlah Kasus Kekerasan di Sekolah Meningkat. Kompas.com. Retrieved February 4, 2025, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/edu/read/2024/12/27/162239871/jppi-sejak-tahun-2020-2024-jumlah-kasus-kekerasan-di-sekolah-meningkat?form=MG0AV3>
- Mcquail, D., & Windahl, S. (2015). *Communication Models for the Study of Mass Communications* (2nd ed.). London: Routledge.  
 doi:<https://doi.org/10.4324/9781315846378>
- Meltz, C. (1974). *Film Language A Semiotics of the Cinema*. (M. Taylor, Trans.) New York: Oxford University Press.
- Moleong. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. In L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (p. 410). Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa t PEKOMMAS Vol. 16 No.1*.
- Nandy. (n.d.). *Advertising: Pengertian, Jenis, Fungsi, Manfaat, dan Tipsnya*. Retrieved from Gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/advertising-adalah/>
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and Research* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Olweus, D. (1993). *Bullying at School: What We Know and What We Can Do* (1st ed.). Wiley-Blackwell.
- Pandin, M. G. (2022). Populasi. *Identity Crisis As A Threat among Indonesian Young Generations*, 1-9.
- Perloff, R. M. (2020). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century* (7th ed.). New York: Routledge.  
 doi:<https://doi.org/10.4324/9780429196959>
- Pierce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. (C. Hartshorne, P. Weiss, & A. W. Burks, Eds.) Cambridge: MA: Harvard University Press.

- Piliang, Y. A. (2004). Iklan, Informasi, atau Simulasi?: Konteks Sosial dan Kultural Iklan. *MEDIATOR, Vol. 5 No.1*.
- Pratista, H. (2017). *Memahami film* (2 ed.). (A. D. Nugroho, Ed.) Montase Press.
- Pujiyanto. (2021). *Iklan Layanan Masyarakat*. Andi Publisher.
- Putri, N. K. (2023, Desember 8). *Fatir Bocah SD Korban Bullying di Bekasi Meninggal Dunia*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/regional/read/5475904/fatir-bocah-sd-korban-bullying-di-bekasi-meninggal-dunia?page=2>
- Putri, N. K. (2023, Oktober 4). *Marak Kasus Bullying di Indonesia, Yuk Kenali Dampak dan Jenisnya*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/regional/read/5413297/marak-kasus-bullying-di-indonesia-yuk-kenali-dampak-dan-jenisnya?page=2>
- Rikwanto. (2024, December 17). No Viral No Justice, Kenapa Polisi Sering Tunggu Viral Dulu Baru Kasus Ditindaklanjuti? KOMPASTV. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.youtube.com/watch?v=m3cz13i9dnM>
- Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012).
- Rosyid, A. N. (2021). Representasi Nilai-nilai Sosial dalam Iklan Layanan Masyarakat "Gotong Royong Menghadapi Covid-19" dari Kemenkes RI (Analisis Semiotika Roland Barthes ).
- Sadewa, P. (2024, December 18). Tanggapan Masyarakat soal Fenomena "No Viral, No Justice". (P. Sadewa, Ed.) Kompas.com. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.youtube.com/watch?v=m3cz13i9dnM>
- SAPUTRI, F. A. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG PENCEGAHAN PENYEBARAN COVID-19 DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT.
- Sasih Gunalan, H. (2020). ANALISIS PEMAKNAAN SEMIOTIKA PADA KARYA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT. *JURNAL NAWALA VISUAL Vol. 2 No 2*.
- Saussure, M.-F. d. (2017). *PELETAK DASAR STRUKTURALISME DAN LINGUISTIK MODERN*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Seligman, M. E. (1997, February). Learned Helplessness. *Annual Review of Medicine* , 23, 407-412. Retrieved from <https://doi.org/10.1146/annurev.me.23.020172.002203>

- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEMINFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASANPENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE VOL. 3 No.1.*
- SiloamHospitals. (2024, Agustus 22). *Mengenal Dampak Bullying Bagi Korban Maupun Pelaku*. Diambil kembali dari <https://www.siloamhospitals.com/>: <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/dampak-bullying>
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual (Edisi Revisi) (M. Nasrudin, Ed.; Indonesia)*. JALASUTRA.
- unicef. (2023, juni 1). *UNICEF Data: Monitoring the situation of children and women*. Retrieved from unicef.org: [https://data.unicef.org/wp-content/uploads/2020/06/XLS\\_Bullying-database\\_June-2023.xlsx](https://data.unicef.org/wp-content/uploads/2020/06/XLS_Bullying-database_June-2023.xlsx)
- Utomo, S. R. (2020). Analisis Wacana Queer pada Iklan Durex Versi Restoran Favorit Baru Hanya Untuknya: #SayangBeneran. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2, No.2.*
- Yusra, z., Zulkarnain, R., & Sofino. (2021). Journal Of Lifelong Learning. *PENGELOLAAN LKP PADA MASA PENDMIK COVID-19*.

