

MEDIA SIBER DALAM TINJAUAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE

Mirza Azkia Muhammad Adiba¹

¹ IAI Uluwiyah Mojokerto, yoskiadiba@gmail.com

Abstract

Cyber media has become a prima donna for people in the current era, both from small children who still have no relationship to the elderly, in its use it is often beyond the ability of someone who has lost their real life and life in cyberspace, in this paper explaining this through Charles Sanders Peirce's semiotic approach, is expected to be able to reveal the meaning of symbols, signs found on cyber media. The results of this paper show that everything contained in cyber media is a form of capitalism that forces users to become consumptive people through signs and symbols on cyber media. Applications that utilize the internet in general also create a virtual world that is simulacra in society

Keywords: *cyber media, semiotics Charles Sanders Peirce, Internet*

Abstrak

Media siber telah menjadi primadona bagi masyarakat pada era saat ini, baik dari anak kecil yang masih belum bersekeloh hingga kalangan orang tua, dalam penggunaannya acap kali diluar batas kemampuan seseorang yang sudah tak dapat lagi mana kehidupan nyatanya dan kehidupan pada dunia maya, pada paper ini menjelaskan hal tersebut melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, diharapkan dengan pendekatan tersebut mampu mengungkap makna dari simbol,tanda yang terdapat pada media siber. Hasil dari paper ini menunjukkan bahwa segala sesuatu yang terdapat pada media siber adalah bentuk dari kapitalisme yang memaksa penggunanya menjadi orang konsumtif melalui tanda serta simbol terdapat pada media siber. Aplikasi yang memanfaatkan internet secara umum juga menciptakan dunia maya yang simulacra pada masyarakat

Kata kunci : *media siber,semiotika Charles Sanders Peirce,Internet*

PENDAHULUAN

Dalam kajian terhadap media baru sebenarnya mampu dilacak dari *Medium Theory* dan *New Media Theory*. Teori tersebut membicarakan mengenai peran media serta dampak yang ditimbulkannya. Marshall McLuhan dalam *medium theory* lewat tesisnya mengajukan bagaimana media itu dilain apa yang disampaikan, serta adakah pengaruh terhadap individu-individu dalam masyarakat, hal tersebut membenarkan bahwasannya media sangat kuat dalam memberikan pengaruh serta kekuatan dalam kehidupan masyarakat. Ketika media tersebut berkembang menjadi semakin lebih maju maka akan memberikan sebuah perubahan dalam masyarakat yang tidak dapat dihindarkan. Cepatnya perkembangan teknologi sebenarnya telah memunculkan teori baru yang dikenal dengan nama *the new media theory*. Teori tersebut melihat kekuatan teknologi dalam mempengaruhi masyarakat, dengan alat-alat yang semakin menyatukan masyarakat dengan jejaring komunikasinya.¹

Perkembangan tersebut telah merubah media menjadi subyek komunikasi yang interaktif serta menjadi ketergantungan baru bagi manusia. perubahan pola komunikasi sosial yang hal tersebut terbentuk secara tidak langsung dengan adanya media yang memberikan ruang baru bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi. Adanya jaringan komputer kemudian lahirnya *cybercommunity* (komunitas *cyber*) juga mempunyai pengaruh dalam membentuk pola sosial yang tak terbatas, luas, serta transparan.²

Ada dua tokoh yang dikenal sebagai pencetus lahirnya komunikasi, yakni Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure, kedua orang tersebut saling tidak mengenal karena berasal dari daerah yang berbeda namun menemukan sebuah teori yang secara prinsip tidak berbeda. Charles Sanders Peirce menciptakan semiotik untuk memecahkan secara lebih baik mengenai inferensi (pemikiran logis). Akan tetapi menurut Eco, semiotika juga membahas mengenai signifikansi dan komunikasi.³ Semiotika membicarakan kedua hal ini sedemikian rupa sehingga batas antara semiotika dan teori komunikasi tidak terlalu jelas. Dalam pandangan Eco kedua teori tersebut memiliki tujuan serta metode yang berbeda. Komunikasi terjadi dengan

¹ Moch. Choirul Arif, *Etnografi Virtual, Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*. (Jurnal Ilmu Komunikasi, 2002, Vol.2, No.2)

² Ido, Prijana Hadi, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern*, (Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol. 3, No. 1, 2009, Januari)

³ Alex Sobur, Op. Cit., Hal 21

perantara tanda-tanda, dengan itu tidak heran jika melihat teori komunikasi sebagiannya adalah berasal dari semiotik. Namun, dalam situasi lain ada tanda-tanda yang berfungsi diluar situasi komunikasi, diluar itu berbeda dengan halnya dengan teori semiotik, teori komunikasi menaruh perhatiannya pada penyampaian signifikasi yakni pada saluran komunikasi.⁴

Terdapat dua kajian semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama melakukan penekanan tentang teori produksi tanda, yang salah satunya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi. Yakni, pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan). Yang kedua memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahannya dalam suatu konteks tertentu, tidak yang dipersoalkan adanya tujuan dalam melakukan hubungan komunikasi, yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya.⁵

Tanda adalah segala sesuatu, warna, isyarat, kedipan mata, objek, rumus matematika, dan lain-lain yang mempresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya.⁶ Lebih lanjut dikatakan bahwa penanda adalah aspek material tanda yang dapat dijangkau oleh alat indera.⁷ Pertanda sendiri merupakan aspek mental dari tanda-tanda, atau yang biasa disebut konsep.⁸ Terletak pada yang diungkapkan atau ungkapan. Hubungan antara keduanya akan menimbulkan makna. Pierce menyebut penalaran manusia lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Menurutnya logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.⁹ Tanda kemudian dibedakan menjadi tiga, yakni ikon, indeks, dan simbol.

Ikon adalah tanda yang mirip objek yang diwakilinya, dapat juga dikatakan bahwasannya ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan yang dikatannya. Sementara simbol merupakan tanda berdasarkan konversi, peraturan, perjanjian yang disepakati bersama. Sementara indeks merupakan tanda yang memiliki

⁴ Dadan Suherdiana, *Konsep dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Peirce*. (Jurnal Ilmu Dakwah Vol 4 No 12, 2008, Juli-Desember)

⁵ Alex, Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003) h 15

⁶ Marcel, Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna..* (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), h 6

⁷ Kris Budiman, *Semiotika Visual*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), h 30

⁸ *Ibid*, h 30

⁹ Sumbo Tinarbuko, *op.Cit.* h 12-13

hubungan sebab-akibat dengan apa yang diwakilinya atau juga dapat disebut dengan tanda bukti.¹⁰

Dengan semiotika, maka akan berhubungan dengan tanda semiotika, lebih jelasnya lagi semiotika adalah sebuah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana sign atau tanda-tanda dan berdasarkan pada *sign system* (code) sistem tanda. Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri, tanda itu sendiri hanya mengemban arti dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*significant*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.¹¹

Tujuan utama dari semiotika pada media adalah mempelajari bagaimana media massa menciptakan atau memberikan pemahaman ulang tanda untuk tujuannya sendiri, ini ditujukan untuk bertanya (1) apa yang dimaksudkan atau dipresebtasikan oleh sesuatu. (2) bagaimana makna itu digambarkan dan (3) mengapa tanda memiliki makna sebagaimana tanda itu ditampilkan.¹²

Peirce dalam ruang lingkup semiotik mengatakan bahwasannya tanda itu merupakan contoh dari kepertamaan, yang objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirannya unsur pengantara adalah contoh dari keketigaan. Peirce berusaha untuk menemukan suatu struktur dimana pun mereka dapat terjadi. Keketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotik yang tak terbatas, selama penafsir yang membaca tanda bagi yang lain (yaitu sebagai wakil dari suatu makna atau penanda) dapat ditangkap oleh penafsir lainnya. Penafsir ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, dan penangkapan hipotesis membentuk tiga penafsir yang penting.¹³ Dikatakan oleh Peirce, sebuah tanda yang baginya disebut sebagai representamen haruslah mewakili sesuatu yang disebut objek, yang bagi Peirce sebagai *designatum, denotatum, atau referent*. Untuk dapat difungsikan sebuah tanda haruslah ditangkap, dipahami.

Melihat dari objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indek), dan *symbol* (simbol). Ikon merupakan tanda yang dihubungkan antara penanda dan

¹⁰ *Ibid* 16-17

¹¹ Alex Sobur, Op.Cit, hlm 16-17

¹² Marcel, Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta:Jalasutra, 2010), h 40

¹³ Jhon Lechte, *Filsuf Kontemporer dan Strukturalisme sampai Post Modernitas*. (Yogyakarta:Pustaka Filsafat Kansius, 2004), h. 226-227

petandannya bersifat bentuk alamiah. Dalam pandangan Peirce ikon memiliki unsur konvensional, maka dari itu menurut Eco bayangan cermin adalah ikon mutlak. Ikon sangatlah jelas dalam tanda-tanda visual atau tanda-tanda verbal. Ikon dapat pula dikatakan hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang sifatnya kemiripan, sebagai contoh potret dan peta.¹⁴

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah, antara tanda dan petanda yang bersifat kasual atau dapat pula dikatakan hubungan sebab akibat, atau sebuah tanda yang mengacu pada kenyataan, sederhananya indeks adalah tanda yang eksistensinya langsung dengan objeknya.

Simbol merupakan tanda yang mengacu pada *denotatum* (tanda yang mengacu pada suatu kenyataan) yang dilalui melalui konvensi, jadi dapat dikatakan simbol adalah tanda yang memberikan informasi secara alami antara penanda dan petandanya. Keduanya dihubungkan yang memiliki sifat arbitrer atau semena, hubungannya didasarkan dengan sebuah perjanjian pada masyarakat.¹⁵ Peirce juga mengingatkan bahwasannya pada awalnya “simbol” merupakan sesuatu yang “terlempar bersama-sama” serta membentuk suatu kontrak atau konvensi. Peirce juga pernah menerangkan bahwa sebuah simbol yang sebenarnya adalah simbol yang memiliki arti umum. penyampaian dalam percakapan menentukan tanda pendengaran. Maka dari itu, simbol serta penafsirannya tak dapat terpisahkan.¹⁶

PEMBAHASAN

Semiotika pada media cyber tidak hanya sebagai kerangka teori, namun juga menjadi metode analisis, misalnya dapat menjadi teori segitiga makna (*triangle meaning*) Peirce yang meliputi dari *sign* (tanda), *object* (objek) dan *interpretant* (interpretant). Dijelaskan oleh Peirce, salah satu bentuk tanda salah kata, sementara objek ialah sesuatu yang dirujuk tanda, dan interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Ketika tiga elemen tersebut berinteraksi dalam benak seseorang, maka akan muncul tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut, yang dikupas oleh teori segitiga makna adalah persoalan

¹⁴ Alex Sobur, Op.Cit, h. 41-42

¹⁵ Alex, Sobur. Op. Cit. h. 42

¹⁶ John Lecthe. Op.Cit. h 228

bagaimana muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.

Semula analisis semiotik ditujukan untuk merasakan sesuatu yang aneh yang dapat dipertanyakan lebih dalam, ketika membaca teks atau mendengar sebuah narasi, analisis ini sifatnya pradigmatik, yang mempunyai makna berupaya menemukan makna sekaligus hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks.¹⁷

Pandangan lain dalam semiotika pada cybermedia adalah mengenai ideologi, dalam pandangan semiotika ideologi merupakan hasil interaksi antara nilai-nilai atau norma kultural, pengalaman serta kepercayaan yang dimiliki seseorang dalam melihat sebuah fenomena sosial yang terdapat pada masyarakat, ketika melihat fenomena sosial tersebut dapat menumbuhkan pikiran-pikiran mengenai kekuasaan dan dominasi.

Dalam pengertian tersebut, dapat ditarik bahwasannya ideologi merupakan suatu bagian dari konteks kultural yang ikut menentukan penggunaan genre dan registernya, senada dengan Birch yang pernah menjelaskan bahwa teks merupakan rekonstruksi nilai-nilai ideologis, dan sosio-kultural lainnya yang tersampaikan dengan menggunakan linguistik.¹⁸ Teori ideologis menekankan bahwasanya komunikasi dan semua makna memiliki dimensi sosio-politik, dan komunikasi serta makna itu tak dapat dipahami diluar konteks sosialnya.¹⁹ Kekuatan ideologi terletak pada kemampuannya untuk melibatkan kelompok subkoordinat dalam praktiknya sehingga membawa mereka sendiri didalamnya, dan melawan kepentingan-kepentingan sosial politik mereka sendiri.²⁰

V.O. Key menerangkan terdapat empat pendekatan dalam ideologi. *Pendekatan pertama*, orang dapat melihat ideologi sebagai manifestasi populer atau filsafat atau tradisi politik tertentu suatu kumpulan, pandangan, ide-ide atau paradigma yang cukup koheren. *Pendekatan kedua*, memberikan doktrin kepada determinan-determinan sosial. *Pendekatan ketiga*, pengujian ideologi dengan melihat kebutuhan-kebutuhan individu maupun masyarakat yang dipenuhinya. *Pendekatan keempat*, ideologi tidak

¹⁷ Berger dalam Alex Sobur, *Op.Cit*, h. 17

¹⁸ Riyadi Santoso, *Semiotika Sosial (Pandangan terhadap Bahas)*, (Surabaya: Pustaka Euraka,2003), h. 40

¹⁹ John Fiske, *Cultural and communication studies (sebuah pengantar paling komperhensif)*, (Yogyakarta: Jalasutra,2004), H, 224

²⁰ Fiske, *ibid* 245.

menghubungkan individu dengan masyarakat secara prinsipil, tetapi juga menghubungkan oengusaha dengan rakyat.²¹

Nilai, kepentingan, dan pilihan jelaslah tumpang tindih. Ideologi dijelaskan oleh Apter merupakan kombinasi dari atribut-atribut ini yang terkadang koheren dan tidak. Pilihan dapat diubah menjadi kepentingan dan kepentingan menjadi nilai, atau pilihan dapat ditingkatkan kepada status nilai untuk mencapai kepentingan. Martin juga melihat ideologi dapat dikategorikan menjadi dua. Pertama ideologi dapat dilihat secara statis atau sinopsis. Maksudnya ideologi dapat dilihat sebagai *lect* atau ragam bahasa yang digunakan oleh golongan atau masyarakat tertentu. Model statis digunakan untuk mengidentifikasi ideologi seseorang atau kelompok melalui bahasa yang digunakan.²²

Whatsapp

Whatsapp yang mempunyai banyak tanda yang biasa disebut dengan emoticon, ada tanda senyum, sedih, tertawa, lebih dari itu dengan aplikasi ini pula pengguna dengan mudahnya mengirim gambar, video, suara. Dengan adanya simbol-simbol serta kemudahan lainnya yang terdapat pada aplikasi mengirim pesan tersebut, kemudian dengan adanya fasilitas grup chatting dapat mengumpulkan segala orang, baik itu teman SD, SMP, SMA, Kuliah, Kerja hingga kelompok-kelompok kecil, dengan ini dunia cyber sudah dapat mewakili hampir seluruh kehidupan manusia.

Fitur yang terbaru juga ada pada Whatsapp adalah story, story ini biasa digunakan para penggunanya untuk memperlihatkan kawan-kawannya tentang kegiatan melalui foto-foto yang diunggahnya, lebih dari itu juga digunakan untuk menuliskan sebuah status yang merepresentasikan dirinya sendiri, sehingga yang mengakibatkan tidak dapat diketahui mana sisi privasi pengguna dan sisi yang dapat dipublikasikan secara umum.

Meme

lebih lanjut dalam dunia *cyber* yang terbaru yakni adalah meme, istilah meme merupakan istilah untuk penyebaran konten sepertinya halnya lelucon, rumor, video, website dari satu orang ke orang lainnya melalui internet. Namun demikian istilah meme pada awalnya bukan berasal dari bidang komunikasi. Istilah meme berkembang

²¹ Alex, Sobur, Op.Cit, h. 216,220

²² Riyadi, Santoso, Op.Cit, h.40

dalam, era globalisasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan informasi melalui internet. Istilah internet meme pun muncul untuk menyatakan adanya perkembangan suatu unit kebudayaan dalam era media *cyber* yang telah dikembangkan oleh pengguna internet. Pada umumnya pengguna yang menyebarkan meme pada internet juga terkadang menambahkan konten dan kemudian menyebarkannya kembali.

Meme dapat digunakan untuk menuangkan gagasan, ide, kritik tersebar secara viral sehingga konsep meme dianalogikan sebagai virus atau parasit yang mudah tersebar diantara pengguna. Kritik ataupun pesan yang disampaikan biasanya ringan meski kadang ungkapan satir didalamnya merupakan fakta yang sebenarnya namun justru terlihat lucu dan menghibur.

Cara untuk menyampaikan pesan ataupun kritik saat ini semakin menarik, meski bukan hal yang baru, namun internet meme rupanya telah menarik minat pengguna internet baru-baru ini untuk menghibur pengguna yang lain.

Website

Selain itu terdapat pula website yang merupakan layanan web yang digunakan untuk menulis jurnal yang biasa diupdate berkala oleh pemilik akunnya, website dapat digunakan secara cuma-cuma tapi ada pula yang berbayar, selain itu penulis dapat meraih keuntungan melalui blog ini yang diambil dari banyaknya pembaca yang membaca tulisannya, dalam pandang ini penulis melihat blog merupakan ajang bisnis. Penggunaan website ini juga dapat digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar semacam perusahaan bisnis yang menampilkan prodak-prodak dagangannya, atau yang lagi marak beberapa tahun terakhir adalah website jual beli online, dengan adanya kemudahan dunia *cyber* manusia dihadapkan dengan cara-cara yang serba instan. Cara-cara tersebut dipandang mudah dikarenakan kesibukan orang-orang yang tidak sempat berbelanja di pasar atau mall.

Kemudahan mengakses sebuah gambar juga membuat manusia didalam dunia nyatanya menjadi manusia konsumeris, pengaruh sebuah gambar pada situs jual beli online sangatlah kuat untuk menarik daya minat konsumen, teori Budriald mengenai hyperrealitas sangatlah dipakai pada konteks ini. dengan kekuatan gambar yang tidak sedikit juga menampilkan sebuah tokoh atau public figur juga menambah kesan yang baik para konsumen untuk membeli produk yang ditampilkan.

Vlog

Vlog atau yang biasa dikenal dengan video blog merupakan pengembangan dari situs blog yang terdapat pada website, video blog ini populer diranah youtube, dilihat dari unsur semiotikanya video blog menampilkan kekreatifitasan seseorang dalam menyampaikan karyanya, vlog ini juga menjadi lahan bisnis bagi pengguna yang memiliki akun youtube yang kemudian memosting sebuah video untuk dilihat.

Bagi pengguna yang karyanya dilihat oleh citizen yang lainnya akan mendapatkan keuntungan secara materil, maka dari itu tidak heran saat ini muncul banyak pengguna vlog atau biasa disebut dengan vlogger bermunculan, karena dengan menggunakan vlog ini mereka mampu mendaptkan uang. Ini merupakan pola konsumeris yang baru, dan makin menguatkan bahwa dunia *cyber* adalah tempat mencari uang yang tanpa bersusah payah di dunia nyata.

PENUTUP/SIMPULAN

Secara umum saat ini media *cyber* tau dunia internet menjadi dunia yang tampak nyata dengan segala fitur kemudahannya, manusia atau pengguna di dunia internet dibuat manja akan hal itu, ini menunjukkan bahwasannya dunia *cyber* bukanlah sesuatu yang abstrak akan tetapi dunia *cyber* adalah sesuatu yang nyata yang membat manusia berada pada dunia fatarmogana.

Selain itu media *cyber* juga digunakan para penggunanya menjadi ajang pameran akan dirinya sendiri yang berharap orang yang melihatnya didunia media *cyber* menjadi takjub pada dirinya. Konstruksi realitas sosial yang terjadi pada masyarakat, seakan-akan sesuatu yang terjadi pada dunia *cyber* adalah nyata padahal itu semua tidaklah nyata, para pengguna pada dunia *cyber* bisa jadi menciptakan realitasnya sendiri yang bisa merupakan realitas baru yang belum sama sekali pernah dialami sebelumnya.

Kebebasan dalam berkomentar bagi pengguna dalam media siber juga merupakan konstruksi realitas yang baru, para pengguna bebas menyampaikan aspirasinya secara bebas, terbuka, terang-terangan dan terkadang pula menggunakan bahasa yang kurang tepat atau terlihat kasar.

Gaya atau style dalam kehidupan sehari-hari pada manusia tidak terlepas dari simbol serta tanda-tanda yang terdapat pada media *cyber* yang direpresentasikan

melalui iklan-iklan yang banyak tersedia di internet, hal inilah yang membuat pengaruh bagi gaya berpenampilan seseorang sehari-hari.

Semakin majunya teknologi tidak menutup kemungkinan akan semakin banyak lagi fitur-fitur yang mempermudah kehidupan manusia, maka dari itu perlu kiranya pencegahan sejak dini harus dilakukan agar manusia mampu kembali kepada kehidupan secara nyata, literasi media harus digelakkan sejak dini untuk mengatasi hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003)
- Dadan Suherdiana,. *Konsep dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce*. (Jurnal Ilmu Dakwah Vol 4 No 12, 2008, Juli-Desember)
- Ido, Prijana Hadi, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern*, (Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol. 3, No. 1, 2009, Januari)
- Jhon Lechte, *Filsuf Kontemporer dan Strukturalisme sampai Post Modernitas*. (Yogyakarta:Pustaka Filsafat Kansius, 2004)
- John Fiske, *Cultural and communication studies (sebuah pengantar paling komperhensif)*, (Yogyakarta: Jelasutra,2004)
- Kris Budiman,*Semiotika Visual*. (Yogyakarta: Jelasutra, 2011)
- Kris, Budiman, *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. (Yogyakarta: Jelasutra, 2011)
- Marcel, Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta:Jelasutra, 2010), h 40
- Marcel, Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna*. (Yogyakarta: Jelasutra, 2012)
- Moch. Choirul Arif, *Etnografi Virtual, Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*. (Jurnal Ilmu Komunikasi, 2002,Vol.2,No.2)
- Pilang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, (Yogyakarta:Jelasutra,2003)
- Puji Santoso, *Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra*, (Bandung: Angkasa, 2003)
- Riyadi Santoso, *Semiotika Sosial (Pandangan terhadap Bahas)*, (Surabaya: Pustaka Euraka,2003),
- Turnomo Rahardjo, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta:Jelasutra,2004)

