



Article History:

Submitted:

15-05-2022

Accepted:

15-06-2022

Published:

19-06-2022

ANALYSIS OF MICRO STRUCTURE ON POSTER ADVERTISING ANIMAL SACRIFICES IN ELECTRONIC MEDIA: VAN DIJK MODEL DISCUSSION STUDY

ANALISIS STRUKTUR MIKRO PADA POSTER IKLAN HEWAN QURBANDALAM MEDIA ELEKTRONIK: KAJIAN WACANA MODEL VAN DIJK

Yulianah Prihatin

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FIP
Universitas Hasyim Asy'ari
Jombang, Jawa Timur, Indonesia
Email: yuliaana553@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.32682/sastronesia.v10i2.2424>

URL: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/2424>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Poster Iklan Hewan Qurban dalam Media Elektronik. Menggunakan Analisis Wacana teori Van Dijk. Artikel ini berfokus pada unsur-unsur struktur mikro pada poster iklan hewan qurban. Metode penelitian yang dipakai yaitu deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik simak, baca dan catat. Teknik analisis data menggunakan Teknik analisis wacana model Van Dijk. Objek penelitian menggunakan Poster hewan qurban tersebut dimuat sebagai iklan promosi oleh lembaga zakat Lazgis dalam websitenya yang beralamatkan www.lagziz.com pada tahun 2020. Berdasarkan hasil penelitian analisis wacana kritis teori Van Dijk pada poster ini terdapat beberapa temuan meliputi strategi semantik, latar dan detail retorik, leksikon perintah dan leksikon penekanan sebagai pendukung poster.*

Kata kunci : Analisis Wacana kritis, Van Dijk, poster, Iklan Qurban

Abstract

This study aims to analyze the Sacrificial Animal Advertisement Poster in Electronic Media. Using Van Dijk's theory of Discourse Analysis. This article focuses on the microstructural elements in the sacrificial animal



advertisement poster. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques using listening, reading and note-taking techniques. The data analysis technique used Van Dijk's discourse analysis technique. The object of research using the qurban animal poster was published as a promotional advertisement by the Lazgis zakat institution on its website at www.lagziz.com in 2020. Based on the results of critical discourse analysis research on Van Dijk's theory on this poster, there are several findings including semantic strategies, background and details. rhetorical, command lexicon and emphasis lexicon.

Keywords: critical discourse analysis, Van Dijk, poster, Qurban advertisement

PENDAHULUAN

Analisis wacana merupakan analisis terhadap apa yang disampaikan oleh penutur baik secara lisan maupun tulis dalam sebuah komunikasi. Tujuan dari suatu analisis wacana adalah untuk mengetahui apa tujuan disampaikan, bagaimana cara menyampaikan, mengapa harus disampaikan dari sang penutur kepada lawan bertutur dalam suatu komunikasi. Menurut (Sleumbourck, 2003 : 1) Analisis wacana merupakan analisis unit linguistic terhadap penggunaan bahasa lisan maupun tulis yang melibatkan orang penyampai pesan dan dengan penerima pesan dalam suatu tindak komunikasi.

Analisis wacana kritis adalah analisis atas bahasa yang digunakan yang berupa atau proses untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang akan dikaji dan memiliki tujuan utama mengungkap hubungan antara bahasa, masyarakat, kekuatan, ideologi, nilai dan pendapat. Analisis wacana pada hakikatnya merupakan kajian tentang fungsi bahasa atau penggunaan bahasa sebagai sarana komunikasi (Brown & Yule, 1984; Suwandi, 2008:145; Darma, 2009:49; Rahimi dan Riasati, 2011:2).

Analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) berujung pada analisis hubungan sosial antara pihak-pihak yang tercakup dalam wacana tersebut. Analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) mengungkapkan sumber dominasi dan ketidaksetaraan diamati di masyarakat dan berupa kritik terhadap linguistik dan perkembangan sosiologi dan kultural dalam domain-domain sosial dengan tujuan menjelaskan dimensi linguistik kewacanaan fenomena sosial dan kultural dan proses perubahan dalam modernitas terkini. untuk (Lukmana, dkk , 2006: 12; Jorgensen dan Philips, 2007: 114-116; Rashidi dan Marzieh Souzandehfar, 2010:4).

Analisis wacana memiliki kajian yang luas dalam kajian linguistik karena dalam analisis wacana tersebut mencakup organisasi bahasa di atas kalimat dan klausa. Lebih luasnya lagi, analisis wacana juga membahas

tentang bagaimana konteks-konteks sosial dalam suatu tindakan interaksi atau pun dialog dari sebuah komunikasi yang melibatkan penutur pesan ataupun pendengar pesan.

Lingkup kajian analisis wacana pada umumnya meliputi unit linguistik baik makro seperti sintaksis, pragmatic, morfologi, fonologi dan juga makro seperti sociolinguistik, pragmatic dan psikolinguistik. Dalam suatu komunikasi dengan berbagai media komunikasi tentu memiliki banyak tujuan di dalamnya. Oleh karenanya, dalam analisis wacana juga dibahas penafsiran apa maksud dari sang penyampai pesan, mengapa harus tersampaikan, apa motif menyampaikan pesan dan juga tujuan penyampaian pesan jika berbentuk teks, apakah ada wacana dalam penggunaan teks dan kebahasaan tersebut.

Analisis wacana kritis digunakan untuk menganalisis wacana-wacana kritis, di antaranya politik, ras, gender, kelas sosial, hegemoni, dan lain-lain. Namun analisis wacana kritis model van Dijk bukan hanya semata-mata menganalisis teks, tapi juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat, dan bagaimana kognisi atau pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks yang dianalisis. Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang tiap-tiap bagian saling mendukung. Ia membaginya ke dalam 3 tingkatan. 1) Struktur makro merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. 2) Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. 3) Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat proposisi, anak kalimat, parafrasa, dan gambar (Saadillah, dkk., 2020:82)

Dalam kehidupan sehari-hari pasti kita seringkali menemui wacana-wacana yang berbentuk teks atau lisan seperti iklan di televisi dengan secara sengaja maupun secara tidak sengaja. Dalam penuturannya jika suatu pesan yang ingin disampaikan tersebut tidak tersampaikan atau gagal tersampaikan maka analisis wacana dapat digunakan untuk mengetahui pesan-pesan tersebut.

Dalam dunia periklanan sering dijumpai periklanan teks dan lisan. Periklanan berbentuk teks yang disertai desain visual yang kreatif tidak kalah menariknya dengan iklan yang disampaikan secara lisan. Periklanan dalam bentuk teks juga semakin banyak diminati di masyarakat. Disisi lain lebih deskriptif, periklanan berbentuk teks juga lebih mudah penggunaannya dan lebih efisien. Ada yang berbentuk brosur sekali pakai, ada juga berbentuk banner permanen. Bentuk periklanan teks juga sering dijumpai di jalan maupun tempat-tempat tertentu. Periklanan tersebut

bisa berasal dari individu maupu kelembagaan.

Namun disisi lain, periklanan menggunakan media teks atau tulis tersebut juga memiliki kekurangan, diantaranya ketika bahasa yang digunakan oleh penyampai pesan atau pembuat iklan tersebut sedikit rancu atau simbol-simbol yang mereka gunakan jarang terlihat maka iklan mereka otomatis akan kurang tersampaikan pesan yang terkandung didalamnya sehingga menimbulkan makna yang ambigu bagi pembaca atau pelihat iklan tersebut.

Sedangkan, poster iklan yang baik adalah poster yang mudah dimengerti oleh pembaca sehingga dapat menarik minat untuk membeli atau menggunakan produk yang dipromosikan. Karena iklan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan untuk memutar roda pemasaran dari suatu perusahaan. Jadi penggunaan bahasa yang baik pasti sangat mempengaruhi tujuan iklan dari suatu perusahaan.

Poster menurut kbki sendiri berarti plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Poster dan iklan memang saling berhubungan. Namun tidak semua poster ditampilkan dalam media cetak. Ada juga poster yang menggunakan media online (sosial media) dalam penyebarannya seperti yang terdapat pada poster iklan hewan qurban dalam website lembaga amil zakat www.lazgis.com pada tahun 2020.

Kurban atau *qurb* menurut terjemahan dalam bahasa Arab memiliki arti dekat atau mendekati. Dalam ilmu *fiqih* berkorban memiliki pengertian suatu tindakan menyembelih binatang di waktu matahari sedang naik di pagi hari atau disebut juga *udhiah* – yang berasal dari kata dahwah atau duha (waktu matahari naik di pagi hari). Qurban merupakan suatu tradisi tahunan umat islam yang dilaksanakan pada waktu bulan syawal tepatnya pada tanggal 10, 11, 12 dzulhijjah. Hari tersebut lebih dikenal dengan hari raya idul adha, hal yang dilaksanakan pada waktu idul adha yakni menyembelih hewan qurban sebagai bentuk rasa syukur kepada tuhan. Selain bentuk rasa syukur, qurban juga merupakan bentuk penguatan rasa saling berbagi karena setelah dilaksanakan penyembelihan hewan qurban daging yang telah ditimbang akan dibagikan kepada masyarakat sekitar lokasi penyembelihan hewan qurban.

Hewan qurban yang disembelih pada idul adha biasanya meliputi hewan ternak seperti sapi, kambing maupun unta. Karena menurut syariat islam hewan yang halal (diperbolehkan) untuk dikonsumsi yakni hewan yang tidak bertaring, berkuku, bukan hewan buas dan tidak menjijikan juga membahayakan saat dikonsumsi. Maka dari itu sapi, kambing maupun unta juga termasuk hewan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi. Pada momen itu para pengusaha memanfaatkan untuk mempromosikan usahanya, khususnya para peternak kambing dan sapi. Selain pengusaha, juga

terdapat Lembaga-lembaga yang memang dikhususkan sebagai jasa penyedia pelayanan qurban. Lemabaga-lembaga tersebut bertujuan untuk mempermudah pelaksanaan melalui jasa jual beli maupun jasa penyedia pembayaran.

Dalam suatu iklan/promosi berbentuk tulisan terdapat beberapa jenis media yang dirasa efektif untuk digunakan, salah satunya menggunakan media elektronik maupun media cetak. Media cetak dapat berbentuk brosur, poster dan sebagainya. Dalam media elektronik juga sama halnya seperti itu. Tetapi perbedaannya media elektronik lebih mudah digunakan, pasalnya media elektronik lebih efisien dalam publikasi dan penyosialisasiannya karena gawai yang begitu mudah mendapatkan akses internet.

Media elektronik merupakan segala data atau informasi yang dibuat diakses dan didistribusikan menggunakan media elektronik. Media elektronik yang *comfortable* dalam periklanan yakni media sosial seperti facebook, intagram maupun website. Karena di dalam sosial media tersebut para user atau pengguna dapat mengunggah gambar poster iklan, promosi, disertai dengan *caption*. Seperti halnya poster iklan hewan qurban pada website www.lazgis.com pada tahun 2020. Dalam poster iklan hewan qurban tersebut terdapat berbagai kata-kata promosi yang persuasif yang dikolaborasikan dengan desain visual grafis yang menarik. Hal tersebut tentu saja dapat menarik konsumen/customer untuk membeli atau menggunakan jasanya. Tetapi ada beberapa kalimat yang memiliki sebuah wacana yang mungkin maksud dalam kata-kata tersebut tidak tersampaikan kepada konsumen/pembaca secara baik. Maka dari itu analisis wacana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengupas kata-kata ambigu agar mempermudah masyarakat untuk memahami makna yang ingin disampaikan oleh lembaga penyedia layanan hewqan qurban tersebut.

Teori analisis wacana oleh van dijk ada beberapa yang menjadi fokus tentang struktur mikro dan makro terkait poster iklan hewan quban tersebut. Struktur mikro meliputi apa saja unsur-unsur teks dan makna yang tercantum dalam poster iklan tersebut, dan makro yakni tentang apa konteks sosial yang berdekatan dengan masyarakat yang terdapat dalam iklan poster hewan qurban tersebut. Penelitian menganai analisis wacana kritis pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, salah satunya adalah Humaira (2018) dengan judul Analisis Wacana Kritis (Awk) Model Teun A. Van Dijk Pada Pemberitaan Surat Kabar Republika. Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu, penelitian ini menggunakan sumber data poster iklan qurban dan hanya meneliti struktur mikro saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang secara empiris hidup pada penuturnya. Maksudnya, kegiatan ini sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Arikunto, 2010). *Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik simak, baca dan catat. Teknik analisis data menggunakan Teknik analisis wacana model Van Dijk. Objek penelitian menggunakan Poster hewan qurban yang dimuat sebagai iklan promosi oleh lembaga zakat Lazgis dalam websitenya yang beralamatkan www.lagziz.com pada tahun 2020.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis wacana kritis merupakan suatu penerapan analisis wacana dengan pandangan interdisipliner. Jika pada umumnya, analisis wacana hanya membahas unsur/struktur linguistic namun pada analisis wacana kritis juga dibahas penggunaan bahasa yang berkaitan dengan sosial, politik, gender dan masih banyak lagi. Teori dalam analisis wacana kritis juga bervariasi. Namun yang digunakan peneliti dalam penulisan artikel ini adalah teori analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk.

Teori analisis wacana kritis Van Dijk menjadi beberapa bagian. Menurut Van Dijk analisis wacana kritis ada tiga, yang pertama struktur mikro, yang kedua struktur makro dan yang ketiga superstruktur. Struktur mikro meliputi makna kalimat seperti kata, kalimat, proposisi dan gambar. Kemudian struktur makro, struktur makro lebih kepada makna yang lebih luas seperti halnya tema dalam sebuah wacana. Yang ketiga merupakan superstruktur. Superstruktur yang lebih fokus kepada bagaimana kerangka dan terbentuknya struktur dalam suatu wacana. Analisis wacana kritis teori Van Dijk selain fokus kepada stuktur mikro yang berhubungan dengan teks, teori ini juga terfokus pada struktur sosial, dominasi kelompok yang ada di dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/pikiran yang membentuk sehingga berpengaruh terhadap teks suatu wacana tertentu.

Dalam analisis struktur mikro Van Dijk memiliki beberapa bagian-bagian penting yakni struktur semantik yang pada umumnya berisikan tempat/latar, detail, dan pranggapan. Kemudian struktur mikro yang berisikan bentuk kalimat dan kata ganti. Yang ketiga yakni struktur mikro leksikal yang berisi pilihan leksikal atau diksi. Selanjutnya yakni stuktur mikro retorika yang berisikan gaya bahasa dalam pembuatan iklan.

Suatu wacana pasti memiliki tujuan dan fungsi tertentu. Terlebih lagi wacana dalam suatu iklan, iklan dapat dianggap berhasil apabila dia dapat menyampaikan pesan- pesan utamanya kepada konsumen. Maka dapat disebut juga wacana dari iklan yang baik adalah ketika unsur-unsur baik struktur mikromaupun makro tersaji dengan baik dan makna yang

disampaikan oleh penulis kepada pembaca juga tersampaikan dengan baik. Dari hal tersebut iklan berfungsi sebagai media komunikasi oleh suatu individu penyedia jasa/perusahaan/lembaga kepada konsumen dalam bentuk promosi. Wacana yang baik adalah wacana yang memiliki struktur mikro yang baik pula maka berikut ini adalah poster iklan hewan qurban yang akan diteliti beberapa strukturnya melalui teori analisis wacana kritis Van Dijk:

**QURBAN LEBIH AWAL
BAYAR LEBIH RINGAN**

Mari siapkan qurban sobat sebelum Idul Adha menyambut,
Raih manfaat berlimpah dan berkah lebih awal melalui
Program Titip Qurban (TipQur) LAZGIS Peduli.

Berikut daftar harga qurban 1442 H:

JENIS HEWAN	KELAS	BERAT	HARGA
 1 ekor Kambing/Domba	A+	>36 kg	4.000.000
	A	33-35 kg	3.500.000
	B	29-32 kg	3.000.000
	C	26-28 kg	2.500.000
	D	23-25 kg	2.000.000

"Sesungguhnya Kami telah memberikan kepadamu
nikmat yang banyak. Maka dirikanlah shalat karena
Rabbmu dan berqurbanlah."
(QS. Al-Kautsar: 1-2)

www.lazgis.com | lazgis.peduli | @lazgis_peduli | lazgis.peduli

Indonesia Kuat Dengan Zakat

Analisis struktur mikro terdiri atas beberapa unsur. Yang pertama yakni unsur semantik meliputi latar, detil dan maksud. Kemudian ada unsur retorik yang berisikan leksikon. Semantik yang ada dalam skema Van Dijk dikategorikan dalam makna lokal yang timbul dari hubungan antarkalimat dan antarproposisi yang membentuk makna dari suatu struktur teks. Pada umumnya segala strategi dalam semantik memiliki tujuan untuk menggambarkan diri sendiri secara positif. Hal-hal positif yang menggambarkan diri sendiri digambarkan dengan detail yang besar, eksplisit, langsung dan jelas.

Unsur Semantik

Unsur Semantik yang ditemukan dalam wacana iklan promosi hewan qurban ini hanya ada tiga yakni latar, detail dan maksud. Penjelasan selengkapnya sebagai berikut :

Latar, yang dimaksudkan adalah latar yang menentukan arah pandangan khalayak dibawa. Latar dalam iklan tersebut ditunjukkan dalam data "Mari siapkan qurban sobat sebelum idul adha menyambut, raih manfaat berlimpah dan berkah lebih awal melalui program Titip Qurban (TipQur) *Lagziz peduli.*" Proposisi mari

siapkan qurban sholat sampai dengan titip qurban merupakan suatu proposisi antar kalimat pendukung yang bertujuan menggiring konsumen fokus kepada lembaga Lagziz Peduli.

Detail, Elemen detail yakni struktur yang bertujuan membuat iklan mengepresikan dirinya dalam sikap yang impisit. Detail yang terdapat dalam iklan hewan qurban diatas adalah “Berikut ini adalah daftar hewan qurban,” yang dilanjutkan dengan tabel harga dan alamat sosial media @lagziz yang terdapat pada poster yang paling bawah. Maksud, Proposisi antar kalimat tersebut bermaksud untuk memberi kemudahan pada pembaca terkait harga jasa yang ditawarkan. Alamat sosial media yang dicantumkan juga bertujuan mempermudah pembaca untuk mencari alamat komuikasi yang diakses ketika akan menggunakan jasa tersebut. Yang selanjutnya yakni maksud. Maksud yang terdapat dalam poster iklan tersebut terdapat dalam data “Mari siapkan qurban sobat sebelum idul adha menyambut, raih manfaat berlimpah dan berkah lebih awal melalui program Titip Qurban (TipQur) Lagziz peduli.” Karena dalam proposisi antar kalimat tersebut penulis iklan memperlihatkan pernyataan secara jelas dan ekplisit.

Unsur Retoris

Unsur kedua yang akan dibahas yakni retoris. Dalam suatu iklan tanpa retoris persuasif yang baik maka wacana dalam iklan tersebut tidak akan dilihat oleh konsumen. Unsur retoris yang terdapat dalam iklan ini meliputi leksikon perintah dan penekanan, leksikon perintah dalam iklan ini terdapat pada data “Mari siapkan qurban sobat sebelum idul adha menyambut, raih manfaat berlimpah dan berkah lebih awal melalui program Titip Qurban (TipQur) Lagziz peduli.” Dalam data tersebut penulis meyakinkan pembaca untuk mempersiapkan qurban melalui jasa yang disediakan. Kalimat tersebut disajikan dengan gaya bahasa yang halus dan tidak memaksa sehingga pembaca secara sadar terpikat oleh kalimat tersebut. Selain pada data itu terdapat juga leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat pada iklan tersebut ditunjukkan pada data “Sesungguhnya kami telah memberikan kepadamu nikmat yang banyak, maka dirikanlah sholat karena Rabbmu dan berqurbanlah.” (qs al-kaustar 1-3). Kata-kata tersebut merupakan ayat alquran yang berhubungan dengan perintah qurban. Didalamnya berisi dalil penguatan yang meyakinkan konsumen agar melaksanakan qurban. Melalui dalil tersebut penulis berusaha menguatkan kalimat leksikon perintah sebelumnya, dengan kalimat yang diambil dari kitab suci panutan umat islam diyakini akan menambah keyakinan konsumen untuk melaksanakan qurban.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini terdapat beberapa unsur wacana teori Van Dijk yang digunakan dalam artikel ini yakni semantic dan retorik. semantic dan retorik yang digunakan oleh penyedia layanan hewan qurban lembaga zakat Lazgis dalam websitenya yang beralamatkan www.lagziz.com pada tahun 2020. Strategi semantik dialaminya meliputi latar dan detail. retorik yang terdapat dalam iklan ini adalah leksikon perintah dan leksikon penekanan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pembuatan iklan atau poster, sehingga dapat menarik perhatian pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, G & Yule, G. 1984. *Discourse Analysis*. London: Cambridge University Press
- Humaira, H. W. 2018. Analisis Wacana Kritis (Awk) Model Teun A. Van Dijk Pada Pemberitaan Surat Kabar Republik. *Jurnal Literasi*, 2 (1) 1. Hal. 31—40.
- Indra, Brata. ANALISIS IKLAN RUMAH SPA DAN SALON KECANTIKAN DI KECAMATAN UBUD. *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa*, Vol. 3, No.1, <http://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jret>
- Jorgensen, M. W. dan Louise J. P. 2007. Analisis Wacana Teori dan Metode. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Lukmana, dkk. 2006. Linguistik Indonesia. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Musaffak. 2015. ANALISIS WACANA IKLAN MAKANAN DAN MINUMAN PADA TELEVISI BERDASARKAN STRUKTUR DAN FUNGSI BAHASA. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, Oktober 2015, Vol. 1, No.2, <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara/article/view/2618>
- Rahimi, F. & Riasati, M. J. 2011. Critical Discourse Analysis: Scrutinizing Ideologically-Driven Discourses. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1 (16). Hal. 77— 81.
- Rashidi, N. & Souzandehfar, M. 2010. A Critical Discourse Analysis Of The Debates Between Republicans And Democrats Over The Continuation Of War In Iraq. *Journal of Linguistic and Intercultural Education*, 3. Hal. 55—82.
- Saadillah, dkk. 2020. ANALISIS WACANA KRITIS TEUN VAN DIJK DALAM CERPEN “TUKANG DONGENG” KARYA KEN HANGGARA. *Jurnal*

Lingue, Vol. 2, No.2, 2020,
<https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/lingue/article/view/1829/938>

Suwandi, S. 2008. *Serbalinguistik*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Syahriar Sugandi , Muhammad. 2016. REPRESENTASI MAKNA QURBAN DALAM BUDAYA POPULER: Membaca Konsumerisme melalui Analisis Semiotika Barthes Iklan Cetak PKPU Kurbanmu Kendaraanmu. *JURNAL LISKI*, Vol. 2, No.2, 2016,

<http://journals.telkomuniversity.ac.id/liski/article/download/286/226/>.