



Info Artikel:  
Disubmit pada 25 September 2023  
Direview pada 28 September 2023

Direvisi pada 29 September 2023  
Diterima pada 30 September 2023  
Tersedia secara daring pada 30 September 2023

## **Makna, Informasi, dan Maksud dalam Tayangan Iklan di Televisi**

**Kurnia Dewi Nurfadilah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia

Alamat email: [Kurnia.dewi@staff.unsika.ac.id](mailto:Kurnia.dewi@staff.unsika.ac.id)

### **Abstrak**

Iklan mengandung tanda yang muncul, tanda tersebut menghasilkan makna, informasi, dan maksud dalam iklan. Setiap iklan yang ditayangkan dalam televisi tentu memiliki tujuan yang sama, untuk memengaruhi konsumen agar tertarik pada produk tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna, informasi, dan maksud dalam beberapa iklan di televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik dokumentasi, studi pustaka, dan referensi yang berkaitan dengan penelitian digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan makna, informasi, dan maksud pada iklan Dettol, Clear, Garnier, Telkomsel, Sari Roti, Gulaku, Teh Gelas, Teh Pucuk Harum, Teh Botol Sosro, dan Wardah.

**Kata Kunci:** makna, informasi, maksud, iklan

### **Abstrac**

*Advertisements contain signs that appear, these signs produce meaning, information and intent in the advertisement. Every advertisement shown on television certainly has the same goal, to influence consumers to be interested in the product. The aim of this research is to find out the meaning, information and intent in several advertisements on television. The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach. Documentation techniques, literature studies, and references related to research are used in the data collection and analysis process. The results of the research show that meaning, information and intent were found in the advertisements for Dettol, Clear, Garnier, Telkomsel, Sari Roti, Gulaku, Teh Gelas, Teh Pucuk Harum, Teh Botol Sosro and Wardah.*

**Keywords:** meaning, information, purpose, advertising

### **Pendahuluan**

Seiring berkembangnya jaman, teknologi di Indonesia semakin berkembang pula. Salah satunya yaitu media televisi. Selama ini, televisi telah menjadi teman bersantai serta media hiburan bagi banyak

orang. Melalui televisi setiap orang jadi tahu banyak informasi, karena dengan sekali duduk tanpa membaca cukup melihat dan mendengarkan mereka sudah bisa mendapatkan informasi (berita) tentang berbagai hal. Selain berita, televisi juga menyuguhkan banyak acara seperti sinetron,

telenovela, *talk show*, *reality show*, musik dan acara lainnya.

Selain sebagai media hiburan dan berita, televisi juga bisa dijadikan sebagai media pemasaran oleh perusahaan-perusahaan tertentu yang mau membayar mahal kepada channel yang ingin menayangkan produknya. Tayangan-tayangan tersebut yaitu iklan. Iklan merupakan serangkaian tayangan televisi ditujukan untuk memasarkan produk dan atau menyampaikan informasi yang dibuat oleh sebuah badan usaha.

Iklan disiarkan dalam bentuk tanyangan pendek dengan durasi yang cukup singkat. Setiap badan usaha harus pintar dalam membuat iklan agar terlihat menarik dan informasi yang ingin di sampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Seperti iklan yang dibuat oleh salah satu perusahaan rokok, dalam iklannya iya menyebutkan “Gak ada Loe! Gak Rame!” makna dari kalimat itu adalah kalau tidak ada satu tidak seru, sedangkan informasinya adalah harus bersama-sama dalam keadaan apapun, dan maksud dari kalimat itu bahwa orang yang mengujarkan kalimat tersebut merasa kecewa jika si A tidak ada.

Jika dilihat sekilas setiap iklan memiliki tujuan yang sama yaitu ingin produknya diketahui dan dibeli oleh banyak orang. Akan tetapi, tidak banyak yang tahu apa makna, informasi, dan maksud yang ada dalam iklan televisi tersebut. Setiap iklan televisi memiliki makna, informasi, dan maksud yang berbeda-beda.

Kajian pada media iklan ini telah menarik perhatian beberapa peneliti, terutama yang menggeluti bidang bahasa dan komunikasi. Beberapa peneliti melakukan kajian semantik dalam iklan untuk mengungkap maksud sebuah pesan yang ingin

disampaikan dari iklan tersebut, serta bagaimana pengaruh iklan itu terhadap masyarakat. Oleh sebab itu, pada penelitian ini akan dikaji bagaimana makna, informasi, dan maksud dalam iklan di media televisi.

Menurut Blake dan Horalsen dalam Latuheru, media adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan antara sumber (pemberi pesan) dengan penerima pesan (1988:11). Gagne dan Briggs dalam Arsyad menjelaskan bahwa media alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi, yang terdiri antara lain buku, tape-recorder, kaset, video kamera, video recorder, film, slide, foto, gambar, grafik, televisi, dan komputer (2002:4). Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi.

Salah satu media yang disebutkan oleh Gagne dan Briggs (dalam Novita, 2019) adalah televisi. Menurut Effendy (dalam Indria, 2017) yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

Televisi merupakan media pemasaran bagi badan usaha untuk memasarkan produknya. Setiap badan usaha akan membuat iklan yang bagus untuk menarik perhatian para penonton televisi. Hal tersebut tak lain agar produknya akan diingat penonton televisi hingga akhirnya penonton membeli produknya tersebut. Iklan yang didukung media gambar dan cerita unik atau slogan-slogan biasanya menarik perhatian penonton. Iklan Oreo misalnya, iklan yang dibintangi oleh artis cilik

menggemaskan Afika ini berhasil menarik perhatian banyak orang. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya meme yang bermacam-macam di media sosial. Iklan tersebut seperti ini bunyinya “Afikaa... | Iya... | ada Oreo rasa baru loh!”. Iklan tersebut maknanya ingin memberi tahu Afika bahwa ada Oreo dengan rasa baru. Informasi yang ingin disampaikan bahwa ada Oreo rasa baru kepada penonton televisi melalui percakapannya dengan Afika. Maksud dari iklan tersebut agar penonton mengetahui rasa baru dari Oreo dan membelinya.

Setiap tanda linguistik terdiri atas unsur bunyi dan unsur makna. Makna sering diartikan sebagai pertautan yang ada di antara unsur-unsur bahasa itu sendiri (terutama kata-kata). Menurut Palmer (dalam Kinanti, 2021) makna hanya menyangkut intra bahasa. Sejalan dengan pendapat tersebut, Lyons (dalam Kinanti, 2021) menyebutkan bahwa mengkaji atau memberikan makna suatu kata ialah memahami kajian kata tersebut, yang membuat kata tersebut berbeda dengan kata-kata lain. Makna sebagai penghubung bahasa dengan dunia luar sesuai dengan kesepakatan para pemakainya, sehingga dapat saling mengerti.

Makna memiliki tiga tingkat keberadaan, yaitu: (1) makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan, (2) makna menjadi isi dari suatu kebahasaan, (3) makna menjadi isi komunikasi yang mampu membuahakan informasi tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa makna adalah arti atau isi yang terkandung dalam suatu ungkapan, baik berupa kata atau kalimat.

Pada kajian semantik, makna berbeda dengan informasi. Makna adalah gejala dalam ujaran (*utterance – internal phenomenon*), sedangkan informasi adalah gejala luar bahasa

(*utterance – external phenomenon*). Informasi adalah berita yang disampaikan oleh pengujar melalui ujarannya. Orang yang berbicara itu mengujarkan suatu ujaran baik berupa kalimat maupun frase. Ujarannya tentu mengandung informasi yang ingin disampaikan oleh pengujar. Informasi dapat dilihat dari kata maupun kalimat yang diujarkan oleh seseorang.

Verhaar (dalam Sutana, 2012) menyatakan bahwa informasi menyangkut segi “objektif” dari sesuatu yang yang dibicarakan dengan ujaran. Informasi adalah sesuatu yang di luar ujaran dan berhubungan dengan objek yang dibicarakan. Setiap ujaran akan menghasilkan informasi apabila sudah diketahui makna yang terkandung di dalamnya.

Dengan demikian, informasi merupakan isi dari keseluruhan makna. Jadi apabila suatu ujaran atau kalimat sudah dapat dipahami maknanya maka akan ditemukan pula informasi yang terkandung di dalamnya.

Informasi dan maksud sama-sama sesuatu yang luar-ujaran. Bedanya, informasi merupakan sesuatu yang luar-ujaran dilihat dari segi objeknya atau yang dibicarakan, sedangkan maksud dilihat dari segi si pengujar, orang yang berbicara, atau pihak subjeknya.

Verhaar (dalam Sutana, 2012) menyatakan bahwa maksud adalah sesuatu di luar ujaran-ujaran yang terkait dengan si pengujar. Maksud menyangkut segi “subjektif” si pemakai bahasa. Maksud itu sesuatu ujaran-ujaran dari si penutur. Maksud banyak digunakan dalam bentuk-bentuk ujaran yang disebut metafora, ironi, litotes, dan bentuk-bentuk gaya bahasa lain. Selama masih menyangkut segi bahasa, maka maksud itu masih dapat dipahami maknanya.

Dengan demikian, maksud bersifat subjektif, penafsirannya melibatkan seluruh konteks. Oleh karena itu, setiap ujaran harus dipahami maksud pengujaran yang terkandung di dalamnya.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Arikunto (2010) menyebutkan penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk mendapatkan simpulan. Teknik analisis semiotika sengaja dipilih untuk menganalisis makna, informasi, dan maksud dalam beberapa iklan di televisi.

Adapun subjek pada penelitian ini adalah iklan Dettol, Sampo Clear, Garnier, Telkomsel, Sari Roti, Gulaku, Teh Gelas, Teh Pucuk Harum, Teh Botol Sosro. Objek penelitian ini adalah makna, informasi, dan maksud yang terkandung dalam iklan Dettol versi “Antiseptik No. 1 Rekomendasi Para Dokter”, Clear versi “Perlindungan Alami. Sehingga Ketombe Tak Kembali!”, Garnier (*Light Complete*) versi “Mau Bening? Harus Komplit Cerahnya!”, Telkomsel versi “Persembahkan Sang Juara. Buat Anda yang Juara.”, Sari Roti versi “Empuk Bergizi Lezat Berisi”, Gulaku versi “Manisnya Hidup Dengan Gulaku!”, Teh Gelas versi “Alaminya. Berikan Semua Kebaikan”, Teh Pucuk Harum versi “Rasa Teh Terbaik Ada Di Pucuknya!”, Teh Botol Sosro versi “Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro”, dan Wardah versi “*Inspiring Beauty*”.

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu analisa melalui proses observasi langsung

terhadap objek yang diteliti. Mengapresiasi iklan untuk memahami isinya. Kemudian membedah iklan untuk mencermati setiap bagianya, lalu mengkombinasikan dengan data pendukung yang didapat sehingga didapatkan maksud, makna, dan informasi yang ingin disampaikan melalui iklan itu.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan metode penelitian yang telah dilakukan dengan menganalisis makna, informasi, dan maksud dalam tayangan iklan di televisi dapat dipaparkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut.

#### Hasil Penelitian

Pada penelitian ini diambil data sepuluh iklan dari beberapa badan usaha yang ditayangkan ditelvisi. Kesepuluh iklan tersebut akan dikaji makna, informasi, dan maksudnya. Berikut datanya.

**Tabel 3.1 Iklan-Iklan dalam Televisi**

No	Jenis Produk Iklan	Slogan
1	Dettol	Antiseptik No. 1 Rekomendasi Para Dokter
2	Clear ( <i>Herbal Lusions</i> )	Perlindungan Alami. Sehingga Ketombe Tak Kembali!
3	Garnier ( <i>Light Complete</i> )	Mau Bening? Harus Komplit Cerahnya!
4	Telkomsel	Persembahkan Sang Juara. Buat Anda yang Juara.
5	Sari Roti	Empuk Bergizi Lezat Berisi
6	Gulaku	Manisnya Hidup Dengan Gulaku!
7	Teh Gelas	Alaminya. Berikan Semua Kebaikan
8	Teh Pucuk Harum	Rasa Teh Terbaik Ada Di Pucuknya!
9	Teh Botol Sosro	Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol

		Sosro
10	Wardah	<i>Inspiring Beauty</i>

## Pembahasan

Adapun hasil analisis yang dilakukan pada 10 iklan di televisi adalah sebagai berikut.

### Dettol

“Antiseptik No. 1 Rekomendasi Para Dokter”

Pada iklan tersebut ditemukan adanya makna, informasi, dan maksud. Makna dari iklan itu adalah makna denotatif bahwa Dettol merupakan cairan antiseptik yang direkomendasikan para dokter. Informasi yang terdapat dari iklan itu Dettol direkomendasikan oleh para dokter dan menjadi cairan antiseptik no. 1. Adapun maksud dari iklan tersebut untuk meyakinkan konsumen bahwa Dettol antiseptik no. 1 serta aman digunakan karena direkomendasikan oleh para dokter

### Clear (Herbal Lusions)

“Perlindungan Alami. Sehingga Ketombe Tak Kembali!”

Makna dari iklan di atas adalah makna konotatif, karena maknanya telah ditambahi nilai rasa. Maknanya bahwa Clear memberikan perlindungan alami yang membuat ketombe tidak datang lagi. Kalimat “tidak datang lagi” seolah membuat ketombe itu bernyawa yang bisa bergerak. Padahal kita tahu ketombe itu tidak bernyawa.

Informasi yang ingin disampaikan adalah bahwa sampo Clear memberikan perlindungan alami untuk rambut yang berketombe, dan membuat ketombe tersebut hilang selamanya dari rambut.

Iklan yang didukung oleh visualisasi seorang perempuan yang berketombe, kemudian menggunakan produk tersebut rambutnya menjadi bersih dan indah terbebas dari ketombe. Adapun maksud yang ingin disampaikan dari iklan itu memberitahu semua orang yang bermasalah dengan rambut berketombe, untuk menggunakan Clear (Herbal Lusions) agar rambutnya benar-benar terbebas dari ketombe.

### Garnier (Light Complete)

“Mau Bening? Harus Komplit Cerahnya!”

Iklan ini dibintangin oleh artis cantik Laudya Chintya Bella, dalam iklan tersebut Bella wajahnya terlihat kusam sehingga tidak enak dipandang. Kemudian Bella menggunakan Garnier (Light Complete) akhirnya kulitya lebih cerah merona. Makna dari iklan itu yaitu makna denotatif. Jika ingin mendapatkan kulit yang bening, tingkat kecerahannya pun harus komplit.

Adapun informasi yang ingin disampaikan adalah dengan menggunakan Garnier (Light Complete) kulit akan terlihat bening karena komplit tingkat kecerahannya.

Maksud dari iklan tersebut memberitahu konsumen bahwa ada produk yang bagus untuk mengatasi wajah kusam. Dengan menggunakan Garnier (Light Complete) wajah akan terlihat bening, hal tersebut bisa dibuktikan dengan alat pengukur tingkat kecerahan wajah. Jadi jika ingin bening, tingkat kecerahannya harus komplit.

### Telkomsel

“Persembahkan Sang Juara. Buat Anda yang Juara”

Kartu perdana yang bertema Juara ini dikeluarkan oleh salah satu badan usaha swasta. Iklan ini bermakna konotatif, karena menganggap konsumen sebagai juara. Kata 'Juara' di sini adalah bermakna fasilitas yang diberikan oleh produk tersebut berbeda dari yang lain yaitu gratis nelpon, gratis NSP, dan internet 0,5 per detik. Dengan membeli kartu Juara ini konsumen adalah sang Juara.

Adapun informasi yang ingin disampaikan melalui iklan itu adalah bahwa kartu yang dibuatnya untuk para juara yang dipersembahkan oleh sang juara. Sang juara di sini adalah Telkomsel tersebut.

Maksud dari iklan itu, Telkomsel menganggap dirinya sang Juara. Paling bagus di antara provider-provider lainnya. Dengan meluncurkan kartu perdana yang dilengkapi dengan fasilitas gratis nelpon, gratis NSP, dan internet 0,5 per detik, Telkomsel berharap akan ada banyak orang yang membeli dan menggunakan kartu tersebut, karena selama ini telah diketahui bahwa telkomsel adalah salah satu provider yang tarif penggunaannya paling mahal.

### **Sari Roti**

“Empuk Bergizi Lezat Berisi”

Makna dari iklan itu adalah makna denotatif. Sari Roti adalah roti yang empuk berisi serta lezat dan bergizi. Baik untuk dikonsumsi. Adapun informasi yang ingin disampaikan, Sari Roti merupakan Roti yang lezat, bergizi, dan empuk ketika dimakan. Maksud dari iklan itu adalah agar konsumen tertarik untuk mengonsumsi Sari Roti yang rasanya lezat, bergizi, empuk ketika dimakan, dan berisi sehingga mengenyangkan.

### **Gulaku**

“Manisnya Hidup dengan Gulaku!”

Gulaku salah satu iklan gula yang menarik banyak perhatian karena produk tersebut menawarkan Gula yang rendah kalori. Makna yang ingin disampaikan yaitu makna kias yaitu bahwa manisnya kalimat “Manisnya Hidup Dengan Gulaku!” ini berarti hidup itu akan terasa manis jika kita bisa hidup sehat dengan menjaga asupan makanan untuk tubuh kita. Contohnya dengan mengonsumsi Gulaku yang rendah kalori.

Informasi yang ingin disampaikan yaitu hidup akan terasa manis dengan Gulaku. Karena Gula itu manis, maka hidup juga akan terasa manis seperti mengonsumsi Gulaku. Maksud dari iklan tersebut adalah agar penonton televisi akhirnya banyak yang tertarik untuk mengonsumsi Gulaku.

### **Teh Gelas**

“Alaminya. Berikan Semua Kebaikan”

Makna dari iklan itu adalah makna denotatif. Bahwa yang Alami itu bisa memberikan banyak kebaikan. Karena tidak ada unsur kebohongan didalamnya. Informasi yang ingin disampaikan, Teh Gelas adalah teh alami yang baik dikonsumsi untuk banyak orang. Maksud dari iklan itu Teh Gelas dibuat dari bahan-bahan alami, sehingga baik dikonsumsi untuk semua orang. Hal tersebut guna meyakinkan konsumen agar tertarik untuk membeli Teh Gelas.

### **Teh Pucuk Harum**

“Rasa Teh Terbaik Ada Di Pucuknya!”

Iklan itu dibintangi oleh dua ulat daun yang berusaha keras untuk mencapai pucuk

daun. Karena pucuk daun teh itu rasanya paling enak dan baik untuk dikonsumsi. Akan tetapi usaha mereka gagal karena ada orang yang sudah terlebih dahulu mengambil pucuk daun teh tersebut. Makna iklan itu adalah makna denotatif. Maknanya adalah rasa terbaik dari teh itu terletak dipucuknya. Sedangkan informasi yang ingin disampaikan adalah bahwa pucuk daun teh itu rasanya paling enak. Hal tersebut agar diketahui oleh banyak orang (penonton televisi). Adapun maksud dari iklan itu adalah produk tersebut dinamakan Teh Pucuk Harum karena teh tersebut dibuat dari pucuk daun teh. Dan melalui visualisasinya ingin memberitahu penonton seekor ulat saja berusaha keras untuk mendapatkan pucuk daun teh, hal tersebut untuk meyakinkan konsumen bahwa pucuk teh memang rasanya paling enak.

#### **Teh Botol Sosro**

“Apapun Makanannya. Minumnya Teh Botol Sosro.”

Salah satu iklan produk minuman tersebut, sudah banyak menarik perhatian konsumen. Makna dari iklan itu adalah makna denotatif. Ketika kita memakan apapun minumannya harus teh botol sosro. Adapun informasi yang ingin disampaikan adalah minuman teh botol sosro cocok diminum ketika kita memakan makanan apa saja. Maksud dari iklan itu meyakinkan konsumen untuk membeli dan menjadikan teh botol teman makanan apa saja yang kita makan. Karena selapas makan seseorang pasti akan minum.

#### **Wardah**

“Inspiring Beauty!”

Produk kecantikan yang banyak dibintangi oleh beberapa artis cantik ini

seperti Inekeu Koesherawati, Dewi Sandra, Tjatjana Shapira, dan Dian Pelangi ini. Saat ini banyak digunakan oleh para perempuan. Makna iklan tersebut adalah makna denotatif. Kata “Inspiring Beauty” berarti bahwa Wardah merupakan produk kecantikan yang memberikan inspirasi untuk kecantikan. Adapun informasi yang ingin disampaikan dari iklan itu adalah bahwa Wardah baik digunakan untuk berbagai kalangan, serta memberikan inspirasi bagi banyak perempuan.

Maksud dari iklan itu, dengan model yang cantik, yang berprestasi, kandungan-kandungan dalam produknya yang berlabel halal, agar menarik perhatian banyak orang khususnya perempuan untuk menggunakan produk kecantikan tersebut. Serta memberikan solusi untuk para perempuan yang bermasalah dengan kulit wajahnya, sehingga banyak perempuan yang terinspirasi untuk menggunakan produk Wardah tersebut.

#### **Simpulan**

Media adalah suatu alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan ke banyak orang tanpa harus bertemu langsung dengan orang yang bersangkutan. Salah satu media yang bisa digunakan adalah televisi. Selain media hiburan dan informasi, televisi juga merupakan media yang digunakan oleh beberapa badan usaha untuk mempromosikan produk-produknya. Biasanya produk-produk tersebut ditayangkan melalui media iklan. Beberapa badan usaha yang memanfaatkan media iklan untuk memasarkan produk-produknya adalah Dettol, Clear, Garnier, Telkomsel, Sari Roti, Gulaku, Teh Gelas, Teh Pucuk Harum, Teh Botol Sosro, dan Wardah. Setelah dilakukan kajian

semantik terhadap iklan-iklan tersebut ditemukan adanya makna, informasi, dan maksud.

### Saran

Adapun saran yang terkait dengan penelitian ini antara lain yaitu, pada media iklan di televisi, pastinya terdapat makna dan maksud. Iklan seharusnya menggunakan Bahasa yang santun, dan memiliki makna dan maksud sebagai informasi yang positif agar dapat mengajak penonton untuk ikut membeli atau lain sebagainya.

### Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada penyelenggara dan kepada pengelola journal Aliterasi, karena mempublikasikan penelitian ini menjadi artikel ilmiah yang dapat dibaca oleh banyak pembaca.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, A. (2017). *Media Pembelajaran*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Hero, I. H. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 44-59.
- Kingkin Puput Kinanti, E. S. (2021). Analisis Komponen Makna Kata Bermakna 'Melihat' Dalam Bahasa Indonesia Dan Bahasa Jawa (Analisis Kontrastif). *Jurnal Kajian Bahasa dan Sastra Indonesia*, 210-224.

Lina Novita, E. S. (2019). Penggunaan Media Pembelajaran Video. *Indonesian Journal of Primary Education*, 64-72.

Rizki Ruah Indria, I. D. (2017). Pengaruh Tayangan Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Agresif Murid SMP Muhammadiyah 6 Surabaya. *Jurnal Kajian Media*, 157 - 165.

Sutana, D. (2012). Eufemisme Sebagai Tindak Komunikasi Yang Beradab Dalam Bahasa Jawa. *Madah Volume 3, Nomor 1*, 81-90.