



Representasi Video Iklan Layanan Masyarakat: "Stop Judi Online" Kejaksaan RI dalam Perspektif Psikologi Komunikasi

"Representation of Public Service Advertisement Video: 'Stop Online Gambling' by the Kejaksaan RI from the Perspective of Communication Psychology"

Roytanda Sinaga, Deddy Pranata & Rahmanita Ginting

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
Indonesia

Abstrak

Penelitian ini menganalisis representasi video iklan layanan masyarakat "Stop Judi Online" oleh Kejaksaan Republik Indonesia dari perspektif psikologi komunikasi. Fokusnya adalah elemen komunikasi seperti simbolisme, narasi, warna, dan ekspresi emosional yang digunakan untuk menyampaikan pesan edukatif tentang bahaya judi *online*. Teori yang digunakan mencakup *fear appeal*, dukungan sosial, dan narasi linier. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode analisis isi. Hasilnya menunjukkan bahwa video ini efektif menyampaikan pesan moral melalui kombinasi simbolisme yang kuat, pendekatan emosional, dan narasi sistematis. *Fear appeal* memberikan dampak emosional signifikan, sementara dukungan sosial ditonjolkan sebagai langkah preventif terhadap kecanduan judi *online*. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih efektif dalam mengatasi isu-isu sosial di Indonesia.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat; Stop Judi Online; Psikologi Komunikasi.

Abstract

This study analyzes the representation of the public service advertisement video "Stop Online Gambling" by the Attorney General's Office of Indonesia from the perspective of communication psychology. The focus is on communication elements such as symbolism, narrative, color usage, and emotional expression used to deliver educational messages about the dangers of online gambling. Theoretical frameworks include fear appeal, social support, and linear narrative. Data were collected through observation and documentation and analyzed qualitatively using content analysis methods. The findings reveal that the video effectively conveys moral messages through a combination of strong symbolism, emotional approaches, and systematic narratives. Fear appeal creates a significant emotional impact, while social support is emphasized as a preventive measure against online gambling addiction. This study contributes to the development of more effective public communication strategies to address social issues in Indonesia.

Keywords: Public Service Advertisement; Stop Online Gambling; Communication Psychology.

How to Cite: Sinaga, R., Pranata, D. & Ginting, R. (2025). Representasi Video Iklan Layanan Masyarakat: "Stop Judi Online" Kejaksaan RI dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(1): 28-38.



PENDAHULUAN

Iklan layanan masyarakat memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif dan membangun kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial. Berbeda dengan iklan komersial yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa, iklan layanan masyarakat lebih berfokus pada perubahan perilaku, peningkatan kesadaran, serta penyebaran nilai-nilai positif di tengah masyarakat. Salah satu isu yang menjadi perhatian serius di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir adalah maraknya praktik judi *online* yang berdampak negatif pada berbagai aspek kehidupan, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun psikologis individu (Mustika, 2017).

Judi *online* bukan hanya menjadi permasalahan hukum, tetapi juga menjadi tantangan besar bagi kehidupan sosial masyarakat. Banyak kasus menunjukkan bahwa keterlibatan dalam judi *online* dapat menyebabkan kerugian finansial yang signifikan, rusaknya hubungan keluarga, meningkatnya stres dan gangguan psikologis, hingga tindakan kriminal yang bermula dari desakan ekonomi akibat kecanduan berjudi. Melihat dampak luas tersebut, pemerintah Indonesia melalui berbagai lembaga negara, termasuk Kejaksaan Republik Indonesia (RI), berupaya menanggulangi permasalahan ini dengan pendekatan komunikasi publik yang sistematis dan terarah. Salah satu strategi yang digunakan adalah penyebaran video iklan layanan masyarakat bertajuk "Stop Judi Online" (Melisa, 2021).

Video ini dirancang sebagai bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan membangun kesadaran publik mengenai bahaya judi *online*. Secara khusus, iklan ini menggunakan berbagai elemen komunikasi visual dan verbal yang bertujuan menggugah emosi dan mendorong pemikiran kritis audiens. Dalam konteks psikologi komunikasi, aspek-aspek seperti pemilihan narasi, simbol, ekspresi wajah tokoh, intonasi suara, musik latar, serta gambar-gambar yang menggambarkan dampak negatif judi *online* menjadi komponen penting yang dapat memengaruhi persepsi dan sikap audiens terhadap isu yang diangkat.

Psikologi komunikasi menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana audiens menerima, memproses, dan merespons pesan dalam iklan tersebut. Melalui teori-teori seperti *elaboration likelihood model* (ELM) atau *stimulus-response theory*, dapat dianalisis bagaimana pesan yang disampaikan dalam iklan "Stop Judi Online" memanfaatkan jalur sentral dan periferal dalam mempengaruhi perilaku audiens. Jalur sentral berkaitan dengan logika dan argumen yang kuat dalam pesan, sementara jalur periferal lebih menekankan pada daya tarik emosional dan tampilan visual yang menyentuh hati.

Penonton yang memiliki perhatian tinggi terhadap isi pesan kemungkinan besar akan merespons melalui jalur sentral, sedangkan mereka yang kurang fokus atau tidak familiar dengan isu ini mungkin lebih terpengaruh oleh pendekatan periferal, seperti musik yang dramatis atau ekspresi emosional tokoh. Oleh karena itu, efektivitas sebuah iklan layanan masyarakat, khususnya yang membahas topik sensitif seperti judi *online*, sangat bergantung pada sejauh mana pesan tersebut disusun dan disampaikan secara strategis, sesuai dengan karakteristik psikologis dan sosial audiens yang dituju (Shella & Sukendro, 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya elemen-elemen komunikasi dalam iklan layanan masyarakat untuk mencapai efektivitas yang tinggi. Misalnya, penelitian oleh (Yunitasari et al., 2023) yang menganalisis pentingnya pesan media verbal dan nonverbal di setiap adegan. Studi ini memberikan wawasan tentang bagaimana elemen-elemen komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan edukatif mengenai bahaya merokok kepada remaja. Selain itu, studi yang dilakukan oleh (Muaradhyka & Lubis, 2024) memberikan wawasan pesan moral dalam iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di YouTube, khususnya terkait perilaku konsumtif. Dengan menggunakan analisis semiotika, studi ini mengungkap makna-makna yang

disampaikan melalui simbol-simbol dalam iklan tersebut. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh (Santoso & Lewa, 2020) menyoroti pentingnya memanfaatkan simbol-simbol dan narasi yang membangkitkan emosi positif. Hasil analisis menunjukkan bahwa teks iklan tersebut mengandung pesan-pesan yang bertujuan untuk mengubah stereotip negatif terhadap gen Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi video iklan layanan masyarakat "Stop Judi Online" dari perspektif psikologi komunikasi. Melalui pendekatan ini, penelitian akan mengeksplorasi elemen-elemen komunikasi yang digunakan dalam iklan, seperti simbolisme, narasi, penggunaan warna, dan ekspresi emosional, yang digambarkan di dalam video ini. Penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi sejauh mana video ini berhasil menyampaikan pesan moral dan membangun kesadaran sosial di kalangan masyarakat (Arif & Cindoswari, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi untuk mengkaji representasi video iklan layanan masyarakat "Stop Judi Online" dari perspektif psikologi komunikasi. Fokus utama penelitian ini adalah mengeksplorasi elemen-elemen komunikasi yang digunakan dalam video dan menganalisis bagaimana makna didalam iklan layanan masyarakat tersebut di representasikan (Rukin, 2022)

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi komunikasi (Yanti, 2022). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau bersifat langsung dengan mengamati *scene* demi *scene* yang terdapat di dalam video iklan layanan masyarakat: Stop Judi Online oleh Kejaksaan Republik Indonesia. Dengan memahami representasi dan dampak psikologis dari video iklan layanan masyarakat ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih efektif untuk menangani isu-isu sosial di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pembuat kebijakan, praktisi komunikasi, dan masyarakat luas dalam mendukung upaya pencegahan judi *online* melalui media komunikasi yang strategis dan berdampak positif (Fadli, 2021)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis isi untuk menganalisis elemen-elemen komunikasi dalam video, seperti simbolisme, narasi, penggunaan warna, dan ekspresi emosional. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana elemen-elemen tersebut direpresentasikan (Fadilla & Wulandari, 2023).

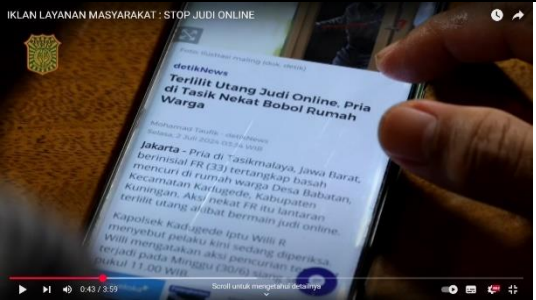



HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai representasi video iklan layanan masyarakat "Stop Judi Online" oleh Kejaksaan Republik Indonesia memberikan gambaran menarik tentang bagaimana pesan moral dan sosial disampaikan dengan pendekatan yang menyentuh emosi, menggunakan elemen-elemen komunikasi yang dirancang secara strategis. Video ini menceritakan perjalanan seorang tokoh bernama Yudi yang terjerumus dalam kecanduan judi *online* hingga kehidupannya mengalami kehancuran total. Melalui pendekatan psikologi komunikasi, penelitian ini mengkaji simbolisme, narasi, dan elemen visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan, sekaligus memengaruhi cara audiens memaknai bahaya judi *online*.

Roynanda Sinaga, Deddy Pranata & Rahmanita Ginting, Representasi Video Iklan Layanan Masyarakat: "Stop Judi Online" Kejaksanaan RI dalam Perspektif Psikologi Komunikasi

Berikut data yang ditemukan dalam video iklan layanan masyarakat tersebut:

Tabel 1. Potongan Video dalam Iklan Layanan Masyarakat Anti Judi Online

No	Durasi	Representasi	Capture
1	Pada durasi ke 00:43	Pada <i>scene</i> ini diperlihatkan rekan Yudi yang sedang fokus membaca berita tindak kriminal dampak dari judi <i>online</i> seketika tekejut dengan Yudi yang memukul meja karena keasyikan bermain judi <i>online</i> . Rekan Yudi yang terhentak semakin terkejut dan panik melihat bahwasanya teman kantornya, Yudi sedang bermain judi <i>online</i> .	  
2	Pada Durasi ke 00:59	Pada bagian ini diperlihatkan rekan yang Yudi yang cukup panik melihat Yudi bermain judi <i>online</i> ditambah dengan berita yang baru saja ia baca mengenai tindakan kriminal akibat judi online pun terlihat sedang menghayalkan tentang dampak yang akan terjadi dengan Yudi kalau saja Yudi sampai kecanduan judi <i>online</i> .	

- 3 Pada Durasi ke 01:05 Pada tangkapan layar ini diperlihatkan isi dari khayalan rekan Yudi tentang bagaimana jika Yudi kecanduan judi *online* maka judi akan merampas ruang dan waktu bagi pecandunya. Diperlihatkan bahwa Yudi tidak lagi mengenal waktu ketika bermain judi *online*, bahkan ia mengajak pekerja kebersihan untuk ikut bermain dengannya.



- 4 Pada Durasi ke 01:23 Pada cuplikan ini terlihat Yudi yang sedang tertidur ketika rapat karena waktu istirahatnya digunakan untuk bermain judi *online*.



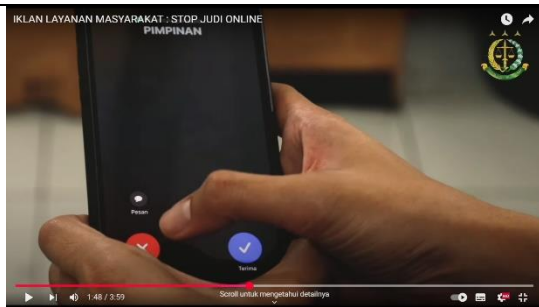
- 5 Pada Durasi ke 01:26 Pada potongan ini terlihat Yudi yang terkejut ketika teman perempuannya menghampirinya untuk mengajaknya membeli makan siang, Yudi yang kaget sontak menutup hp dan laptop yang ia gunakan bermain judi *online*. Pada bagian ini pula tampak Yudi yang kecanduan judi *online* mulai meminjam uang temannya.



Roynanda Sinaga, Deddy Pranata & Rahmanita Ginting, Representasi Video Iklan Layanan Masyarakat: "Stop Judi Online" Kejaksaan RI dalam Perspektif Psikologi Komunikasi



6 Pada Durasi ke 01:26 Pada *scene* ini terlihat Yudi yang mulai kecanduan judi *online* mulai tak peduli dengan pimpinan kantornya yang hendak menelepon dan lanjut bermain judi *online*, bahkan ia yang kalah ketika sedang bermain judi *online* tampak kesal dan marah.



7 Pada Durasi ke 02:07 Pada cuplikan ini terlihat Yudi yang abai akan pekerjaan karena kecanduan judi *online* di beri surat peringatan ke 3 oleh kantor tempat Yudi bekerja



8 02:19 Yudi Menggadaikan sepeda motornya akibat kecanduan judi *online*.



13	03:18	Yudi jadi orang gila akibat kecanduan judi <i>online</i>	
14	03:42	Di akhir <i>scene</i> terlihat setelah rekan Yudi membayangkan betapa mengerikannya dampak akibat judi <i>online</i> , rekan Yudi pun sontak menghentikan Ia yang sedang bermain judi <i>online</i> dan mengancam akan melaporkan kepada pimpinan mereka.	

Video dimulai dengan adegan yang memperlihatkan seorang rekan kerja Yudi membaca berita kriminal yang berkaitan dengan judi *online*. Saat Yudi memukul meja karena terlalu fokus bermain, rekan kerjanya bereaksi dengan panik. Reaksi ini memperlihatkan bagaimana emosi dapat menyebar secara tidak langsung kepada orang di sekitar, menciptakan rasa khawatir dan empati. Bagi audiens, adegan ini seakan menjadi pengingat bahwa dampak negatif judi *online* bukan hanya dialami pelaku, tetapi juga menciptakan kecemasan di lingkungan sosialnya (Hari Ramadhan & Nur Wijayani, 2023).

Selanjutnya, narasi berlanjut dengan khayalan rekan kerja Yudi tentang apa yang akan terjadi jika Yudi terus kecanduan judi *online*. Dalam imajinasinya, Yudi kehilangan kendali atas waktunya, bahkan sampai memengaruhi orang lain untuk ikut bermain. Penggunaan teknik imajinasi ini menggambarkan dampak hipotetis secara gamblang, seakan memaksa audiens untuk membayangkan kemungkinan buruk yang bisa terjadi dalam hidup mereka jika terlibat dalam praktik serupa (Addiyansyah & Rofi'ah, 2023).

Seiring berjalannya cerita, video menunjukkan dampak kecanduan judi *online* pada produktivitas Yudi di tempat kerja. Ia mulai kehilangan fokus, tertidur saat rapat, dan bahkan mengabaikan panggilan dari atasannya. Adegan ini mencerminkan bagaimana kecanduan dapat menghancurkan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Perasaan gelisah yang diperlihatkan melalui ekspresi wajah Yudi membantu audiens memahami betapa seriusnya dampak ini, menjadikan pesan video terasa lebih relevan dan nyata (September et al., 2023).

Kemudian, elemen lain yang ditekankan adalah dampak finansial dari kecanduan judi *online*. Dalam adegan-adegan berikutnya, Yudi terlihat menggadaikan sepeda motornya, meminjam uang,

hingga menjual barang-barang pribadinya untuk terus bermain. Representasi ini dengan jelas menggambarkan kehancuran finansial yang sering kali menjadi kenyataan bagi para pecandu judi. Pendekatan ini memanfaatkan rasa takut *audiens* terhadap kemungkinan kerugian materi, mendorong mereka untuk menjauhi praktik tersebut (Wulandari & Rahmi, 2018).

Salah satu titik dramatis dalam video adalah saat Yudi terlibat dalam tindakan kriminal dengan mencuri tas di kantornya. Adegan ini tidak hanya menggambarkan bagaimana kecanduan dapat mendorong seseorang melanggar hukum, tetapi juga menciptakan efek kejutan yang kuat. *Audiens* dihadapkan pada kenyataan bahwa perilaku adiktif seperti judi *online* dapat membawa konsekuensi yang jauh melampaui kerugian pribadi, termasuk kehancuran moral dan hukum (Affan & Saefudin, 2023).

Narasi mencapai puncaknya ketika Yudi digambarkan mengalami gangguan mental akibat tekanan yang disebabkan oleh kecanduannya. Simbolisme kehancuran mental yang digunakan dalam adegan ini menggarisbawahi dampak serius dari judi *online* yang sering kali tidak disadari. Dalam konteks psikologi komunikasi, adegan ini dirancang untuk memberikan dampak emosional mendalam, memaksa *audiens* merenungkan betapa mahalnyanya harga yang harus dibayar untuk kecanduan semacam ini (Sani et al., 2022).

Bagian akhir video menampilkan intervensi dari rekan kerja Yudi yang akhirnya menghentikan Yudi bermain dan mengancam akan melaporkan tindakannya kepada atasan. Adegan ini menekankan pentingnya solidaritas dan dukungan sosial dalam membantu individu keluar dari lingkaran kecanduan. *Audiens* diajak untuk tidak hanya menyadari bahaya judi *online*, tetapi juga merasa memiliki tanggung jawab sosial untuk membantu orang-orang di sekitar mereka yang mungkin terjerumus (Nurhidayah et al., 2023)

Dalam hal visualisasi, video ini memanfaatkan elemen warna dan pencahayaan untuk menciptakan suasana yang mendukung narasi. Adegan-adegan yang menggambarkan kehancuran Yudi sering kali menggunakan warna-warna gelap yang menonjolkan suasana suram dan muram, sementara ekspresi para tokohnya ditampilkan dengan jelas untuk memaksimalkan dampak emosional. Kombinasi elemen ini membuat pesan moral yang ingin disampaikan terasa lebih mendalam dan melekat di benak *audiens* (William & Winduwati, 2021).

Selain itu, struktur naratif video yang linear membantu *audiens* memahami perjalanan hidup Yudi dari awal hingga kehancuran totalnya. Pendekatan ini memperlihatkan hubungan sebab-akibat yang logis, sehingga *audiens* dapat mengikuti alur cerita dengan mudah. Dengan cara ini, pesan tentang bahaya judi *online* menjadi lebih efektif dan dapat diterima oleh berbagai kalangan (Yudistanti & Suratnoaji, 2023).

Pesan moral yang disampaikan melalui video ini sangat jelas: judi *online* tidak hanya merusak kehidupan individu, tetapi juga berdampak pada orang-orang di sekitarnya, baik secara sosial maupun ekonomi. Video ini berhasil menunjukkan bahwa upaya untuk melawan judi *online* memerlukan kesadaran kolektif dan peran aktif dari masyarakat. Elemen-elemen komunikasi yang digunakan dalam video ini membuktikan bahwa pendekatan psikologi komunikasi dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif dan membangun kesadaran publik (Sasmita, 2019)

Dengan menggunakan pendekatan yang menyentuh emosi dan menggugah pikiran, video ini tidak hanya menginformasikan, tetapi juga menginspirasi *audiens* untuk bertindak. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye komunikasi publik seperti "Stop Judi Online" dapat menjadi sarana yang kuat untuk mengedukasi masyarakat, mendorong perubahan perilaku, dan membangun solidaritas sosial dalam menghadapi isu-isu kompleks seperti kecanduan judi *online* (yuni Fitriani, 2017).

SIMPULAN

Video iklan layanan masyarakat "Stop Judi Online" menyampaikan pesan moral dan sosial melalui pendekatan psikologi komunikasi yang efektif. Dengan memanfaatkan narasi yang emosional, simbolisme visual, dan elemen-elemen komunikasi yang strategis, video ini menggambarkan bagaimana kecanduan judi online dapat menghancurkan kehidupan individu serta memberikan dampak negatif pada lingkungan sosial di sekitarnya. Kisah tokoh utama yang kehilangan segalanya menjadi pengingat akan konsekuensi serius dari kecanduan ini, sekaligus menekankan pentingnya kesadaran dan dukungan sosial dalam mencegah perilaku serupa. Melalui cerita yang kuat dan menyentuh, video ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang tepat dapat membangun kesadaran publik terhadap isu-isu sosial dengan cara yang mendalam dan berkesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Addiyansyah, W., & Rofi'ah. (2023). Kecanduan Judi Online Di Kalangan Remaja Desa Cilebut Barat. *MANIFESTO: Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik, Dan Budaya*, 1(1).
- Affan, V., & Saefudin, Y. (2023). Tinjauan Kriminologis Terhadap Influencer yang Mengiklankan Judi Online. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1).
- Arif, S. O. P., & Cindoswari, A. R. (2019). PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERHADAP SIKAP PELAJAR KOTA BATAM MENGENAI INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL (Studi Pada Iklan Lawan Berita Hoax TransTV). *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hari Ramadhan, R., & Nur Wijayani, A. (2023). Perilaku Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Pengguna Judi Online. *Perilaku Komunikasi (Rian, Dkk.) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).
- Melisa. (2021). Representasi Stereotip Generasi Z dalam Iklan Layanan Masyarakat "Stereotipe Z": Analisis Semiotika Roland Barthes. In *Universiti Multimedia Nusantara (Vol. 10)*.
- Muaradhyka, T. A., & Lubis, F. H. (2024). Analisis Semiotika Pesan Moral Iklan Layanan Masyarakat Perilaku Konsumtif di Kanal Youtube Bagas Dwi Rizqi. *Jurnal Psikotes*, 1(2), 56–68.
- Mustika, R. (2017). Representasi Nilai-Nilai Edukasi Pada Simbol Dan Elemen Video Iklan Layanan Masyarakat Internet Sehat Aman. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(2), 89–106.
- Nurhidayah, I. A., Bakhri, S., & Baharuddin, M. A. (2023). Representasi kekerasan seksual terhadap perempuan dalam Film "2037" (studi analisis semiotika Ferdinand de Saussure). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(8). <https://doi.org/10.17977/um063v3i8p849-858>
- Rukin. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin (Issue March)*.
- Sani, D. A., Suheni, M., Aisyah, S., Khairiza, D., & Dalimunthe, M. A. (2022). Analisis Semiotika Psikologi Komunikasi pada Film *Ku Kira Kau Rumah*. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(1).
- Santoso, B., & Lewa, A. H. (2020). Makna Pesan Sosial dalam Iklan Layanan Masyarakat "Stereotip Z": Sebuah Kajian Semiotika Riffaterre. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 15(4), 477–491.
- Sasmita, Septia. (2019). KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM SELF DISCLOSURE PADA PECANDU NARKOBA DI PUSAT REHABILITASI NARKOBA AR RAHMAN KOTA PALEMBANG. *Repository UIN Raden Fatah Palembang*, 1990.
- September, R., September, R., & September, A. (2023). Perkembangan Judi Online dan Dampaknya Terhadap Masyarakat : Tinjauan Multidisipliner. *Triwikama : Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05).
- Shella, G., & Sukendro, G. G. (2023). Representasi Tindakan Kepahlawanan (Analisis Semiotika Iklan Grab – Pahlawan Top Up). *Prologia*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15643>
- William, W., & Winduwati, S. (2021). Representasi Kekerasan Non Fisik Pada Film *Joker* (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Koneksi*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10195>
- Wulandari, R., & Rahmi, A. (2018). Relasi interpersonal dalam psikologi komunikasi. *Islamic Communication Journal*, 3(1), 56–73.
- Yanti, F. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing.
- Yudistanti, E. R. M., & Suratnoaji, C. (2023). Representasi peran gender pada iklan video tukar tempat di kanal youtube cerdas berkarakter Kemendikbud RI. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 26–40.

- yuni Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2).
- Yunitasari, S., Maharani, R., & Kuswanti, A. (2023). Analisis isi video iklan layanan masyarakat terhadap bahaya merokok bagi remaja di ruang publik. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(2). <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i2.3465>