

## Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Sistem Tanda di SUN Plaza Mall Medan

Laila Adisti Aulia<sup>1</sup>, Nabila Aswari Lubis<sup>2</sup>, Rachel Esteria Siagian<sup>3</sup>, Ruth Sofia Rolenza Lumbanraja<sup>4</sup>, Wina Etami<sup>5</sup>, M. Oky Fardian Ghafari<sup>6</sup>, Syairal Fahmy Dalimunthe<sup>7</sup>  
Universitas Negeri Medan<sup>1-7</sup>

\*Email:

[lailaadistiaulia@gmail.com](mailto:lailaadistiaulia@gmail.com), [nabilaaswari94@gmail.com](mailto:nabilaaswari94@gmail.com), [rachelesteria8@gmail.com](mailto:rachelesteria8@gmail.com),  
[ruthlumbanraja9@gmail.com](mailto:ruthlumbanraja9@gmail.com), [winaetamiii@gmail.com](mailto:winaetamiii@gmail.com), [oky@unimed.ac.id](mailto:oky@unimed.ac.id), [fahmy@unimed.ac.id](mailto:fahmy@unimed.ac.id)

### Sejarah Artikel:

Diterima 07-06-2025  
Disetujui 08-06-2025  
Diterbitkan 10-06-2025

### ABSTRACT

*This study examines the existence of a sign system in the public space of Sun Plaza Mall Medan as a form of nonverbal communication that builds meaning and conveys ideology in the lives of urban communities. The focus of the problem in this study is how the signs in Sun Plaza display visual communication through three categories of signs according to Peirce, namely icons, indexes, and symbols. The purpose of this study is to identify the variety and function of signs in the formation of communication structures and ideological values contained in public spaces. The method used is qualitative with Charles Sanders Peirce's semiotic approach. Data were obtained through visual documentation of ten sign objects spread across various points of the mall, and supported by a literature review as secondary data. The results of the analysis show that signs such as logos, directions, safety symbols, and prohibition signs act as visual communication tools that not only convey informative messages, but are also full of ideological values such as capitalism, security, efficiency, and social indicators. Sun Plaza is understood as a semiotic space that shapes people's perspectives and awareness of public spaces*

**Keywords:** *Semiotics, Sign System, Nonverbal Communication, Public Space, Sun Plaza.*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji keberadaan sistem tanda dalam ruang publik Sun Plaza Mall Medan sebagai wujud komunikasi nonverbal yang membangun makna serta menyampaikan ideologi dalam kehidupan masyarakat kota. Fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tanda-tanda di Sun Plaza menampilkan komunikasi visual melalui tiga kategori tanda menurut Peirce yaitu ikon, indeks, dan simbol. Tujuan penelitian ini ialah mengidentifikasi ragam dan fungsi tanda dalam pembentukan struktur komunikasi serta nilai-nilai ideologis yang terkandung di ruang publik. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Data diperoleh melalui dokumentasi visual terhadap sepuluh objek tanda yang tersebar di berbagai titik mall, serta ditunjang dengan kajian pustaka sebagai data sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa tanda-tanda seperti logo, petunjuk arah,

simbol keselamatan, dan tanda larangan berperan sebagai alat komunikasi visual yang tidak hanya menyampaikan pesan informatif, tetapi juga sarat nilai-nilai ideologis seperti kapitalisme, keamanan, efisiensi, dan ketertiban sosial. Sun Plaza dipahami sebagai ruang semiotik yang membentuk cara pandang dan kesadaran masyarakat terhadap ruang publik.

**Kata Kunci:** Semiotika, Sistem Tanda, Komunikasi Nonverbal, Ruang Publik, Sun Plaza.

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Laila Adisti Aulia, Nabila Aswari Lubis, Rachel Esteria Siagian, Ruth Sofia Rolenza Lumbaraja, Wina Etami, M. Oky Fardian Ghafari, & Syairal Fahmy Dalimunthe. (2025). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Sistem Tanda di SUN Plaza Mall Medan. *CARONG: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 843-852. <https://doi.org/10.62710/4dykan26>

## PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, sebab pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan senantiasa membutuhkan interaksi dengan sesamanya. Tanpa komunikasi, kehidupan manusia sebagai makhluk sosial tidak akan berjalan secara harmonis, karena interaksi dan saling pengertian hanya dapat tercapai melalui proses komunikasi yang efektif.

Secara umum, komunikasi terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merujuk pada bentuk komunikasi yang berlangsung secara langsung, baik melalui ucapan maupun tulisan. Contohnya, aktivitas seperti berbincang termasuk dalam komunikasi verbal karena melibatkan penggunaan bahasa secara lisan.

Sementara itu, komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang mengandalkan simbol, bahasa isyarat, intonasi, suara, warna, dan elemen visual lainnya sebagai media penyampaian pesan. Agar pesan dapat dipahami dengan baik, komunikasi nonverbal memerlukan bantuan media atau alat sebagai sarana penyampaian.

Sejalan dengan itu, kajian semiotika menjadi penting sebagai ilmu yang khusus mempelajari tanda-tanda yang terdapat dalam komunikasi. Istilah semiotika berasal dari kata Yunani "semeion" yang berarti tanda (sign). Semiotika adalah cabang ilmu yang mempelajari dan menganalisis tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek agar makna yang terkandung dapat dipahami dengan jelas secara sederhana, semiotika adalah ilmu tentang tanda. Sejalan dengan pandangan tersebut, Wiryatmadja (dalam Santosa, 1993:3) mengemukakan bahwa semiotika merupakan disiplin ilmu yang mempelajari kehidupan tanda dalam arti yang luas di tengah masyarakat, mencakup makna yang eksplisit maupun implisit, baik menggunakan bahasa maupun tanpa bahasa. Tanda-tanda ini sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, baik berupa tulisan, suara, maupun bentuk visual.

Seiring perkembangannya, kajian semiotika terbagi ke dalam sejumlah pendekatan teoritis, antara lain dari Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Umberto Eco, John Fiske, dan Roland Barthes. Salah satu tokoh penting dalam kajian ini, Charles Sanders Peirce, mengembangkan teori semiotika yang berpijak pada prinsip logika. Menurutnya, logika berperan dalam memahami cara manusia bernalar, dan proses penalaran itu berlangsung melalui sistem tanda (Kaelan, 2017:160).

Peirce membagi analisis semiotikanya ke dalam tiga kategori, yaitu Representamen (ground), Object, dan Interpretant. Ketiga kategori ini dikenal sebagai hubungan trikotomi dalam teori semiotika. Masing-masing kategori tersebut kemudian diklasifikasikan lagi ke dalam tiga kategori. Berdasarkan Representamen, tanda dapat dibedakan menjadi Qualisign, Sinsign, dan Legisign. Jika dilihat dari sisi objeknya, Peirce membagi tanda menjadi tiga jenis, yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol. Sementara itu, berdasarkan Interpretant, tanda dikelompokkan ke dalam Rheme, Dicent Sign, dan Argument.

Pada konteks ruang publik, komunikasi nonverbal berperan besar dalam membentuk pengalaman dan perilaku manusia. Pusat perbelanjaan sebagai salah satu bentuk ruang publik modern merupakan lingkungan yang dipenuhi oleh tanda-tanda nonverbal yang dirancang untuk mengatur interaksi, mengarahkan navigasi, serta menciptakan kesan tertentu. Tanda-tanda tersebut mencakup petunjuk arah, logo, ikon keselamatan, instruksi penggunaan fasilitas, hingga sistem pemilahan sampah. Keseluruhan elemen ini membentuk sistem tanda yang tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga menyampaikan pesan ideologis tertentu.

Sun Plaza Mall Medan sebagai salah satu pusat perbelanjaan besar di Kota Medan menyediakan ruang yang kaya akan praktik komunikasi nonverbal tersebut. Keberadaan berbagai jenis tanda yang

tersebar di seluruh area mall—mulai dari pintu masuk, koridor, lift, hingga toilet—merepresentasikan struktur komunikasi visual yang kompleks. Tanda-tanda ini beroperasi melalui tiga bentuk utama yang dijelaskan oleh Charles Sanders Peirce, yakni ikon (keserupaan), indeks (keterkaitan kausal), dan simbol (konvensi sosial). Melalui pendekatan semiotika Peirce, ruang publik seperti Sun Plaza dapat dianalisis sebagai jaringan tanda yang memuat makna, nilai, dan ideologi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem tanda yang terdapat di Sun Plaza Mall Medan dengan menggunakan pendekatan semiotik Peirce. Fokus penelitian diarahkan pada identifikasi jenis-jenis tanda—verbal, visual, ikonik, indeksikal, dan simbolik—serta penafsiran terhadap makna dan ideologi yang terkandung dalam penataan ruang publik tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana ruang publik tidak sekadar menjadi tempat fisik, tetapi juga ruang semiotik yang membentuk kesadaran sosial dan budaya masyarakat.

## **METODOLOGI**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara menyeluruh (holistic) dan deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus dan alami dan dengan menggunakan berbagai metode alami (Moleong, 2005:6)

Penelitian ini menggunakan teori teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengklasifikasikan tanda ke dalam tiga kategori berdasarkan objeknya yaitu ikon, indeks, dan simbol. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji bagaimana tanda-tanda visual, verbal, dan spasial membentuk makna, pesan serta mengandung ideologi tertentu dalam konteks ruang publik.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui dokumentasi foto terhadap sepuluh objek tanda yang tersebar di berbagai titik Sun Plaza Mall Medan. Objek-objek tersebut meliputi rambu petunjuk arah, logo store, tanda keselamatan, dan berbagai elemen visual lainnya yang berfungsi sebagai sistem tanda dalam ruang publik. Adapun data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang mencakup artikel jurnal, buku-buku teori semiotika, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan ketiga kategori yang dibagi oleh Peirce, kategori tanda berdasarkan objek merupakan yang paling relevan untuk melihat bagaimana tanda bekerja dalam konteks keseharian. Ikon, indeks, dan simbol masing-masing menunjukkan cara berbeda dalam merepresentasikan objek. Ikon merujuk pada tanda yang memiliki kesamaan atau kemiripan langsung dengan objek yang diacu. Dengan kata lain, ikon mencerminkan atau meniru wujud asli dari objeknya, seperti halnya gambar, foto, atau peta yang visualnya menyerupai objek nyata. Sementara itu, indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan kausal atau keterkaitan langsung secara fisik dengan objeknya. Contohnya adalah asap yang menunjukkan keberadaan api, atau jejak kaki yang menandakan seseorang telah melintas. Berbeda dengan ikon dan indeks, simbol adalah tanda yang bersifat konvensional atau disepakati secara sosial. Hubungan antara simbol dan objeknya tidak didasarkan pada kemiripan maupun hubungan langsung, melainkan dibentuk oleh kesepakatan bersama, seperti halnya penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari.

Gagasan semiotik Peirce ini sangat berguna dalam memahami bagaimana sistem tanda bekerja dalam komunikasi visual, khususnya di ruang publik seperti pusat perbelanjaan. Dalam konteks tersebut, tanda-tanda berperan tidak hanya sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai representasi nilai-nilai dan ideologi tertentu yang membentuk kesadaran sosial masyarakat (Hoed, 2021; Sobur, 2023).

Pemahaman terhadap ketiga jenis tanda ini memungkinkan analisis berikut menguraikan bagaimana tanda-tanda visual di Sun Plaza Mall tidak hanya berfungsi sebagai penanda fisik, tetapi juga membawa pesan, makna, dan ideologi yang memengaruhi pengalaman pengunjung dan kesadaran sosial dalam ruang publik tersebut.



**Gambar 1.** Logo Sun Plaza Mall

Gambar pertama menampilkan logo Sun Plaza. Logo Sun Plaza yang jika memuat elemen seperti matahari atau bentuk bangunan, maka mengandung unsur ikonik. Lokasi logo di fasad gedung bersifat indeksikal sebagai penanda tempat. Secara simbolik, logo berfungsi sebagai representasi identitas perusahaan. Pesan yang dibawa adalah penguatan citra dan identitas komersial, sedangkan ideologinya terkait dengan penciptaan branding yang kuat dan pengenalan merek di ruang publik.



**Gambar 2.** Logo Offle



Gambar kedua menampilkan logo Offle dengan tagline unik “DON’T TRY IT!”. Gambar wafel berpadu topi koki bersifat ikonik karena menyerupai objek sebenarnya dan menyiratkan produk makanan. Nama dan tagline bekerja simbolik karena membentuk makna melalui bahasa dan strategi komunikasi. Tagline “DON’T TRY IT!” secara paradoksal justru menarik perhatian dan membangkitkan rasa penasaran, sebuah teknik retorika yang sering dipakai dalam pemasaran modern. Penempatan papan di area publik menjadikannya indeksikal terhadap keberadaan toko secara fisik. Pesan yang ingin disampaikan adalah promosi merek dengan pendekatan kreatif dan tidak konvensional. Ideologinya mengusung nilai komersial dalam bentuk branding yang playful dan memanfaatkan ironi sebagai strategi pasar di era konsumerisme.



**Gambar 3.** Logo Golden Lamian

Gambar ketiga memperlihatkan logo restoran Golden Lamian yang jika memuat ilustrasi mangkuk mie atau elemen makanan lain, memiliki unsur ikonik. Logo itu sendiri bersifat indeksikal karena menandai keberadaan restoran secara fisik di lokasi. Simbol pada logo mewakili identitas merek yang dikenali melalui tipografi dan warna. Pesannya adalah penguatan identitas bisnis dan komersialisasi ruang publik, sedangkan ideologinya mencerminkan kapitalisme dan strategi pemasaran.



**Gambar 4.** Logo Sogo

Gambar keempat terdapat logo SOGO yang jika berisi elemen visual tertentu bersifat ikonik. Lokasi logo di pintu masuk atau fasad gedung menjadikannya indeksikal sebagai penanda toko. Logo sebagai simbol mengandung makna identitas merek yang dikenal konsumen. Pesan yang dibawa adalah pengaruh brand dalam orientasi ruang, dan ideologinya berhubungan dengan kapitalisme konsumen serta dominasi merek di ruang publik.



**Gambar 5.** Logo Mothercare

Gambar kelima menampilkan logo store Mothercare, sebuah merek ritel internasional yang menyediakan produk untuk ibu dan anak. Logo ini menggabungkan huruf “m” besar yang melengkung membentuk semacam pelindung atau ruang, dan figur manusia kecil yang menyerupai anak dengan rok, bersifat ikonik karena menyederhanakan bentuk manusia dan memberi asosiasi pada sosok ibu dan anak. Desain ini juga bersifat simbolik karena membangun citra keibuan, perlindungan, dan kasih sayang melalui elemen grafis yang minimalis namun bermakna. Penempatan logo di fasad atau interior toko menjadikannya indeksikal karena menandai keberadaan toko tersebut secara fisik di ruang publik. Pesan yang disampaikan adalah identitas merek yang fokus pada keluarga, terutama ibu dan anak, dengan pendekatan visual yang lembut dan mengayomi. Ideologinya berhubungan dengan nilai-nilai keibuan, perhatian terhadap tumbuh kembang anak, serta strategi branding yang membentuk hubungan emosional dengan konsumen dalam konteks budaya konsumsi modern.



**Gambar 6.** Emergency Exit

Gambar keenam adalah tanda Emergency Exit atau pintu darurat dengan ikon orang berlari yang ikonik karena menggambarkan tindakan evakuasi. Lokasi tanda di dekat pintu menjadikannya indeksikal yang menunjukkan jalur keluar secara nyata. Tulisan pintu darurat bersifat simbolik yang memerlukan pemahaman bahasa. Pesan yang disampaikan adalah prioritas keselamatan dan evakuasi, sedangkan ideologinya menegaskan desain arsitektur yang mengutamakan keamanan.



**Gambar 7.** Petunjuk Arah

Gambar ketujuh adalah petunjuk arah seperti toilet, parkir lift, dan pintu darurat. Ikon berupa gambar toilet dan lift bersifat ikonik karena menyerupai bentuk aslinya. Panah sebagai indeksikal mengarahkan langsung ke lokasi yang dimaksud. Tulisan seperti toilet atau pintu darurat berfungsi secara simbolik karena maknanya terbentuk dari konvensi bahasa. Pesan yang disampaikan adalah kemudahan navigasi dan orientasi ruang bagi pengunjung, sedangkan ideologinya mencerminkan nilai efisiensi, fungsionalitas, dan keamanan dalam pengelolaan ruang publik.



**Gambar 8.** Larangan Troli Masuk

Gambar kedelapan memperlihatkan tanda larangan membawa troli ke dalam lift. Gambar troli yang disilang bersifat ikonik karena menyerupai bentuk nyata troli dan simbol silang secara visual menyampaikan makna pelarangan. Penempatan tanda di pintu lift menjadikannya indeksikal karena secara langsung menunjukkan lokasi aturan berlaku. Tulisan "TROLI DILARANG MASUK LIFT" bekerja secara simbolik karena memerlukan pemahaman bahasa untuk ditafsirkan. Pesan yang disampaikan adalah aturan tata tertib penggunaan fasilitas publik demi kelancaran dan keselamatan. Ideologinya mencerminkan pentingnya kedisiplinan kolektif dan pengaturan ruang guna kenyamanan bersama.





**Gambar 9.** Tanda Alat Pemadam Kebakaran

Gambar kesembilan memperlihatkan tanda pemadam kebakaran dengan gambar tabung yang ikonik karena meniru bentuk alat aslinya. Lokasi tanda di dinding menjadikannya indeksikal yang menunjuk ke tempat alat pemadam. Warna merah dan tulisan berfungsi simbolik sebagai penanda bahaya dan instruksi yang dipahami secara sosial. Pesannya mengingatkan pentingnya kesiapsiagaan dalam keadaan darurat, sementara ideologinya menegaskan nilai keselamatan dan kewaspadaan publik.



**Gambar 10.** Larangan di Eskalator

Gambar terakhir memperlihatkan deretan simbol larangan yang umumnya ditemukan di fasilitas publik seperti eskalator. Setiap gambar memiliki fungsi visual yang kuat. Pertama, orang duduk disilang bersifat ikonik karena menyerupai bentuk tubuh manusia dalam posisi duduk, menyampaikan larangan untuk tidak duduk demi keselamatan. Selanjutnya, simbol troli belanja dan kereta bayi yang disilang juga bersifat ikonik karena merepresentasikan objek sebenarnya secara langsung, memperingatkan agar tidak membawa barang-barang tersebut ke area tertentu. Larangan menggunakan ponsel yang ditampilkan dengan gambar tangan memegang gawai menekankan bahaya distraksi, menyampaikan makna simbolik dan visual sekaligus. Lalu, simbol terakhir menunjukkan seseorang membawa barang besar di pundak dengan tanda silang, bersifat ikonik karena menggambarkan aktivitas secara nyata, menyampaikan larangan membawa beban besar ke fasilitas tersebut.

Seluruh tanda tersebut bersifat indeksikal karena menunjukkan secara langsung lokasi aturan itu berlaku, biasanya dipasang di area masuk atau permukaan fasilitas. Warna merah dan simbol silang menambah dimensi simbolik yang secara universal dimaknai sebagai peringatan atau larangan. Pesan yang dibawa adalah pentingnya kepatuhan terhadap peraturan keselamatan demi kenyamanan dan kelancaran penggunaan fasilitas publik. Ideologinya mencerminkan nilai-nilai kedisiplinan sosial, manajemen risiko, serta kontrol terhadap perilaku pengguna ruang publik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Sun Plaza Mall Medan dapat dipahami sebagai ruang publik yang sarat dengan praktik komunikasi nonverbal melalui beragam sistem tanda yang tersebar di seluruh area mall. Keberadaan tanda-tanda tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah atau informasi praktis, melainkan juga mengandung makna simbolis serta muatan ideologis. Menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, diketahui bahwa berbagai elemen visual seperti logo, petunjuk arah, hingga tanda keselamatan beroperasi melalui bentuk ikonik, indeksikal, dan simbolik dalam menyampaikan pesan kepada pengunjung.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap ruang publik seperti mall tidak bisa dilepaskan dari cara kita membaca tanda-tanda yang mengaturnya. Analisis semiotik membuka kemungkinan untuk melihat bahwa setiap elemen visual sekecil apa pun mengandung pesan yang turut membentuk pengalaman, perilaku, dan bahkan cara pandang masyarakat terhadap ruang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tanda-tanda visual tidak hanya penting untuk desain komunikasi visual, tetapi juga untuk kajian budaya dan studi urban secara lebih luas.

## SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tanda-tanda visual di ruang publik seperti Sun Plaza tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga sarat makna simbolik dan ideologis. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian serupa dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan lintas disiplin, seperti menggabungkan semiotika dengan studi arsitektur, antropologi perkotaan, atau komunikasi visual, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap ruang dan penggunaannya.

Untuk penelitian mendatang, disarankan agar kajian diperluas ke berbagai jenis ruang publik lainnya, seperti stasiun, bandara, taman kota, atau ruang digital. Selain itu, keterlibatan partisipan seperti pengunjung atau pengguna ruang dalam proses analisis juga akan memberikan perspektif yang lebih kaya terhadap bagaimana tanda-tanda tersebut dipahami dan dimaknai secara sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fiantika, F. R., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI
- Hoed, B. H. (2021). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu
- Hoseani, R., & Yohana, F. M. (2020). Analisis Sistem Tanda di Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Semiotika Charles Sanders Peirce. *Human Narratives*, 2(1), 39–49.
- Puspitasari, D. R. (2021). Nilai sosial budaya dalam film Tilik (Kajian semiotika Charles Sanders Peirce). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1–12.
- Rahayu, I. S. (2021). Analisis Kajian Semiotika dalam Puisi Chairil Anwar Menggunakan Teori Charles Sanders Peirce. *Jurnal Semiotika*, 15(1), 30–36.
- Saleha, & Yuwita, M. R. (2023). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End. *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 3(1), 65-72.
- Sobur, A. (2023). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wulandari, S., & Siregar, E. D. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks, dan Simbol) dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 4(1), 29–36.