JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

lti ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL DAN PSIKOLOGI WARNA RGB DALAM POSTER KAMPANYE DIGITAL INDONESIA SADAR

Fia Izzah Maylinda[1)*], Nora Hafildah[2)], Firda Raudhah Marsila[3)], A Magfirah Nugraheni [4)], Muhammad Ritzky Saibi [5)], Muhammad Yudi Suhairi [6)]

[1,2]Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa, Universitas Multi Data Palembang
[3]Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Cipasung Tasikmalaya
[4]Desain Komunikasi Visual Direktorat Kampus Purwokerto, Telkom University
[5,6]Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa, Universitas Multi Data Palembang

Email:
fia.izzah@mdp.ac.id

Abstract

The use of the digital primary color palette RGB (Red, Green, Blue) in contemporary visual communication serves not merely an aesthetic function; it also shapes public perception and awareness. This study analyzes the visual semiotics and color psychology of the #IndonesiaSadar digital campaign posters. Employing a descriptive qualitative approach, the research utilizes Roland Barthes' semiotic theory and Eva Heller's theory of color psychology. The analysis reveals that a composition of horizontal and vertical color fields, combined with an illustration of a three-finger gesture, transforms the spirit of the Youth Pledge into a movement of civic solidarity on social media. From the perspective of color psychology, the visuals position green as a symbol of optimism and renewal, blue as a pillar of calmness and rationality, and red as a catalyst for the courage to act. The synergy between this system of signs and the additive light spectrum gives rise to a "digital nationalism" myth, asserting that contemporary national consciousness is manifested through the equal integration of diverse ideas within the digital public sphere.

Keywords: *Semiotics, Color Psychology, IndonesiaSadar, Digital Campaign.*

Abstrak

Penggunaan palet warna primer digital RGB (*Red, Green, Blue*) dalam komunikasi visual kontemporer tidak hanya sekadar memiliki fungsi estetika, namun juga dapat membentuk persepsi dan kesadaran masyarakat. Penelitian ini menganalisis semiotika visual serta psikologis warna pada poster kampanye digital #IndonesiaSadar. Dengan menerapkan pendekatan kualitatif, kajian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan teori psikologi warna Eva Heller. Temuan analisis menunjukkan bahwa komposisi bidang warna horizontal vertikal yang berpadu dengan ilustrasi garis gestur tiga jari mentransformasikan haris Sumpah Pemuda menjadi gerakan solidaritas sipil di media sosial. Dari perspektif psikologi warna, visual yang tercipta memosisikan hijau sebagai simbol optimisme dan pembaruan, biru sebagai poros ketenangan dan rasionalitas, serta merah sebagai pemantik keberanian bertindak. Sinergi antara sistem tanda dan spektrum

JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

cahaya aditif tersebut melahirkan mitos nasionalisme digital, yang menegaskan bahwa kesadaran berbangsa masa kini terwujud melalui penyatuan keberagaman gagasan secara setara di ruang publik digital.

Kata Kunci : Semiotika, Psikologi Warna, IndonesiaSadar, Kampanye Digital.

1 PENDAHULUAN

Dalam bidang kebudayaan kontemporer, budaya tekstural sudah bergeser kepada budaya visual, dimana hal ini mengubah cara pandang manusia dalam memproses pesan, ideologi, dan pergerakan sosial-politik (Lupton & Phillips, 2015). Komunikasi visual era sekarang, khususnya media sosial tidak lagi bergantung sepenuhnya pada teks naratif yang panjang, melainkan pada kecepatan stimulasi kognitif atau daya ingat yang dipengaruhi elemen-elemen rupa, termasuk warna. Warna merupakan elemen yang penting dalam desain visual karena dapat mempengaruhi respon emosional, perilaku audiens, dan kognitif (Dzaki et al., 2026). Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa warna berfungsi sebagai instrumen visual yang mempunyai daya persuasif untuk membangkitkan respon emosional dan membentuk persepsi ideologis. Oleh karena itu, dalam cakupan konteks aktivisme visual dan perancangan desain untuk politik, pemilihan harmoni warna merupakan sebuah tindakan yang disengaja untuk membentuk dan mengarahkan perilaku sosial publik. Media sosial saat ini bukan berfungsi hanya sebagai saluran komunikasi, namun juga sebagai ruang produksi simpol politik yang memperoleh makna sosial (Akhmad & Saridewi, 2025).

Seiring berkembangnya teknologi, media komunikasi berbasis cetak semakin masif dan beralih ke platform digital berbasis layar. Hal ini juga mempengaruhi ontologi pengolahan warna, dimana media komunikasi berbasis cetak menggunakan prinsip warna CMYK *(Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black)*, sedangkan komunikasi visual berbasis digital menggunakan warna adaptif RGB *(Red, Green, Blue)*. Ketiga warna primer adaptif tadi digunakan pada salah satu poster sosial politik yang sedang ramai di media sosial, khususnya di kalangan masyarakat Indonesia yang mengikuti isu sosial politik tanah air. Penggunaan tiga warna tersebut bukan hanya sekedar pilihan estetis pasif, namun merupakan bagian dari identitas *cyberculture.* Warna RGB merupakan warna yang cukup kontras dan dapat menarik perhatian pengamat di tengah padatnya arus informasi media sosial. Selain itu, Ketiga warna merah, hijau, dan biru ini secara konotatif dapat

JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

mencerminkan keberagaman elemen masyarakat menuju satu kesadaran bersama, sesuai tagar posternya #IndonesiaSadar. Hal ini didorong dari teknologi digital yang memberi kebebasan pada setiap individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial media tanpa batasan ruang dan waktu, dimana secara bertahap membangun norma juga pola interaksi pada kehidupan masyarakat modern (Herman et al., 2024).

Pada poster digital sosial politik bertagar #IndonesiaSadar terdapat elemen numerik 28.10.26 yang dengan jelas mengaitkannya pada sejarah Indonesia, yaitu hari Sumpah Pemuda. Konteks sejarah ini dijadikan acuan untuk menggerakkan semangat pergerakan pemuda dalam menjawab tantangan zaman secara kontemporer. Secara visual, poster tersebut dibagi menjadi dua panel, yang mana panel sebelah kiri terdapat elemen numerik dengan garis horizontal, sedangkan panel sebelah kanan menunjukkan kontras garis berwarna putih yang berwujud simbol gestur tiga jari dengan garis vertikal. Gestur tiga jari tersebut menarik perhatian dengan membawa narasi sosio politik kontemporer yang erat dengan gagasan kebebasan berekspresi, kesetaraan, serta solidaritas gerakan masyarakat dalam wacana aktivisme global.

Walaupun studi dan kajian mengenai semiotika desain komunikasi visual di Indonesia sudah banyak berkembang, namun mayoritas analisis tersebut lebih berfokus kepada tipografi dan visual dari figur tokohnya. Seperti penelitisan yang dilakukan oleh Ismoyo & Basaevha (2025) yang menganalisis semiotika figur politik Anies Baswedan pada postingan instagram. Sama dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini juga menganalisis simbol visual yang beredar di media sosial, namun dengan gap atau perbedaan signifikan dimana penelitian tersebut membahas figur politik, sedangkan penelitian ini lebih terfokus kepada analisis visual simbol grafis dan warnanya.

Keterbatasan kajian mengenai peran makna dari visual grafis, khususnya warna primer aditif RGB *(Red, Green, Blue)* pada poster yang dapat menjadi urgensi tersendiri dan perbedaan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi ruang tersebut dengan membahas analisis simbol dan psikologi warna RGB *(Red, Green, Blue)* pada poster #IndonesiaSadar melalui teori semiotika Roland Barthes dan psikologi warna Eva Heller. Kajian ini akan mengetahui bagaimana interaksi antara psikologi warna dan simbol dapat membangun makna serta kesadaran aksi kolektif dalam disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual.

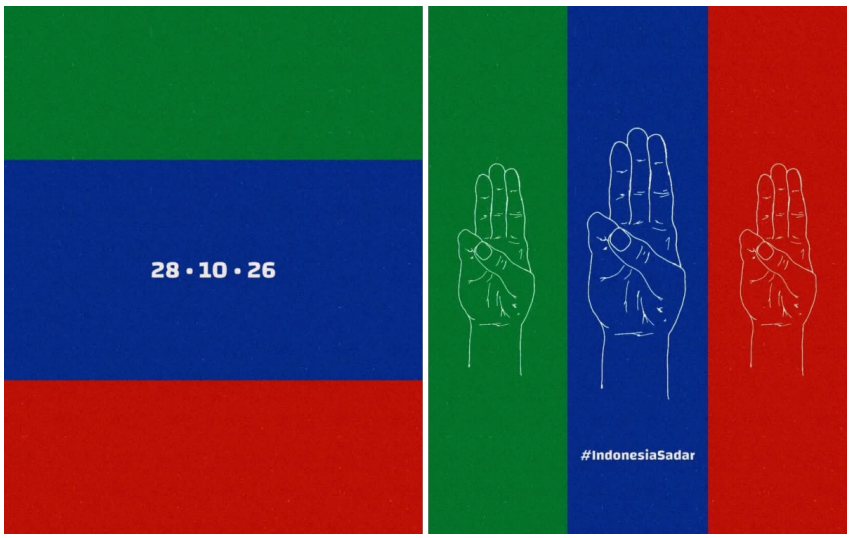
JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

2 METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes dan Psikologi warna Eva Heller untuk menafsirkan makna juga dampak emosional warna pada poster digital #IndonesiaSadar yang beredar di media sosial pada hari Sumpah Pemuda tanggal 28 Oktober 2026 tanpa mengukur respon audiens secara lagsung. Poster yang dimaksud adalah poster dengan tulisan tanggal 28.10.26 dan memiliki simbol tiga jari, poster ini dipilih karena memiliki *numbering* yang merupakan tanggal dari hari Sumpah Pemuda, gestur tiga jari dan tagar #IndonesiaSadar. Tiga elemen ini merupakan elemen penting yang mewakili aksi protes politik kontemporer di media sosial. Data primer diperoleh melalui pengamatan elemen-elemen visual yang ada pada poster tersebut, khususnya pada warnanya, yaitu warna merah, hijau, dan biru. Data visual tersebut kemudian diperkuat dengan studi pustaka dari literatur yang berkaitan dengan semiotika desain dan psikologi warna. Analisis dilakukan dengan memadukan dua teori utama, yaitu semiotika Roland Barthes dan Psikologi warna Eva Heller.



Gambar 1. Poster Digital #IndonesiaSadar
(Sumber: https://www.instagram.com/abdurrasyid2027)

Teori semiotika Roland Barthers digunakan untuk menganalisis makna simbol atau tanda dengan pemaknaan denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis semiotika dapat dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu tahapan denotasi yang sesuai denga apa adanya, tahapan konotasi yang menggali maksud tersembunyi, dan tahapan mitos yang merupakan gabungan keduanya (Barthes, 1977). Membagi analisis ke dalam tiga

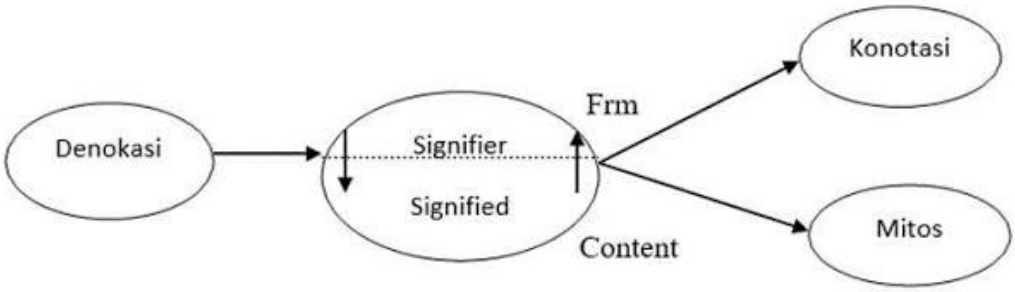
JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

tingkatan ini membantu kita membedakan antara apa yang terlihat, bagaimana maknanya dirasakan, dan kepentingan atau nilai apa yang sedang dinormalisasi di baliknya.

Tahap denotasi mencatat tampilan fisik poster secara apa adanya, yaitu tiga garis warna yang disusun secara vertikal dan horizontal. Tahap konotasi menggali makna tersembunyi di balik visual tersebut, seperti penggunaan warna primer layar RGB *(Red. Green, Blue)* dan angka 28.10.26 yang merujuk pada hari sumpah Pemuda. Terakhir adalah tahapan mitos, dimana tahapan ini merupakan gabungan dua tahapan sebelumnya dan merupakan pesan utama yang ingin disampaikan melalui poster tersebut. Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Weking et al. (2025) yang mengatakan bahwa denotasi merujuk pada makna objektif dari sebuah simbol visual, konotasi merupakan makna subjektif yang muncul dari simbol visual tersebut, sementara motos adalah makna gabungan yang lebih luas dan sering tidak terucap.



Gambar 2. Bagan Signifikasi Roland Barthes
(Sumber: Jayaningsih et al., 2025)

Teori kedua yang dipakai adalah teori psikologi warna Eva Heller. Teori ini diterapkan untuk mengetahui pengaruh emosional dan kombinasi warna yang sudah dipilih sebelumnya. Warna dapat memicu kelompok atau asosiasi yang mengandung makna budaya maupun emosional (Cortes & Perez, 2025). Menurut Eva Heller (2009) dalam *Psychology of Color: How Colors Affect Feelings and Reason*, tiap-tiap warna dapat membangkitkan kelompok psikologis tertentu berdasarkan pengalaman nilai budaya, pengalaman kolektif, dan konteks penggunanya. Selain itu, makna sebuah warna juga ditentukan oleh warna lain yang berdampingan dengan warna tersebut.

Secara ringkas, penelitian ini dianalisis dengan dua teori, yaitu teori semiotika Roland Barthes dan teori psikologi warna Eva Heller dengan objek penelitian poster digital #IndonesiaSadar yang beredar di media sosial mulai tanggal 28 Oktober 2026.

JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

Yang menjadi fokus utama pada penelitian ini adalah penggunaan tiga warna primer adaptif layar *RGB (Red, Green, Blue),* dimana warna-warna ini memiliki makna tersendiri jika dipakai secara berdampingan.

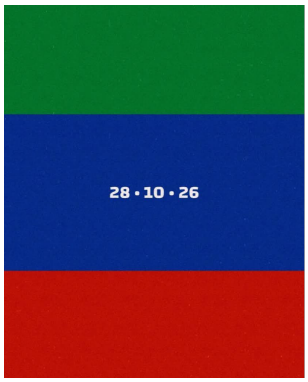
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini membedah poster digital #IndonesiaSadar melalui dua teori atau pendekatan yang saling melengkapi. Pendekatan yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes untuk membongkar lapis makna tanda secara bertingkat, lalu teori Psikologi Warna Eva Heller untuk membaca dampak emosional dan relasi antar warna dalam membentuk kesadaran masyarakat.

3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan bidang ilmu yang mengkaji tanda atau makna dalam aspek kehidupan manusia, meliputi aspek linguistik (bahasa) ataupun non-linguistik seperti simbol atau elemen visual, tindakan, dan ekspresi (Prameswari & Purwanto, 2025). Untuk analisis semiotika menggunakan teori yang sering digunakan, yaitu teori analisis semiotika Roland Barthes yang membagi proses pemaknaan tanda ke dalam tiga tingkatan, yakni denotasi (makna literal), konotasi (makna asosiatif kultural), dan mitos (ideologi yang dinaturalisasi oleh tanda).

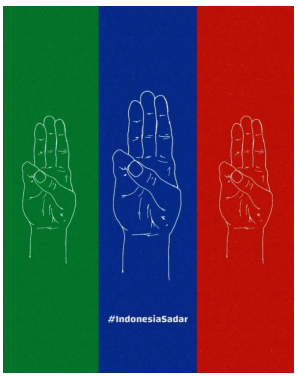
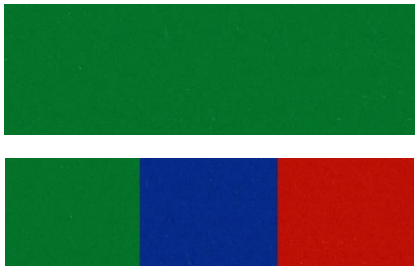
Tabel 1. Analisis Semiotika Roland Barthes Tingkat Denotasi
(Sumber: penulis, 2026)

NO.	TANDA	KETERANGAN DENOTASI
1.		Terdiri atas tiga bidang warna horizontal berukuran sama besar, yaitu hijau di bagian atas, biru di bagian tengah, dan merah di bagian bawah. Tepat di pusat bidang biru terdapat tipografi *sans-serif* tebal berwarna putih bertuliskan 28.10.26.

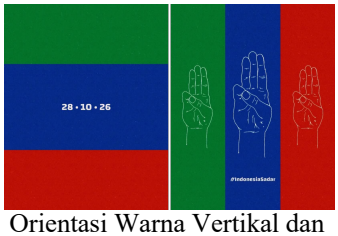
JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

2.		Terdiri atas tiga kolom warna vertikal sejajar dengan urutan hijau di sisi kiri, biru di bagian tengah, dan merah di sisi kanan. Di dalam masing-masing kolom terdapat ilustrasi garis tipis (*outline*) berwarna putih berbentuk telapak tangan kanan yang mengacungkan tiga jari (jari telunjuk, tengah, dan manis), sementara ibu jari menekan jari kelingking. Posisi tangan di kolom biru tampak lebih tinggi dibandingkan tangan pada kolom hijau dan merah yang sejajar lebih rendah. Di sudut kanan bawah, melintasi kolom biru dan merah, terdapat teks putih bertuliskan #IndonesiaSadar.
3.		Keseluruhan permukaan bidang warna memiliki efek bintik halus (*grain*) yang merata.

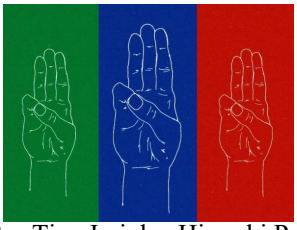
Tabel 2. Analisis Semiotika Roland Barthes Tingkat Konotasi
(Sumber: penulis, 2026)

NO.	TANDA	KETERANGAN KONOTASI
1.	 Warna RGB (Red. Green, Blue)	Penggunaan warna murni hijau, biru, dan merah (*Red, Green, Blue*) merujuk langsung pada sistem warna primer aditif pada layar perangkat digital. Pilihan palet ini mengkonotasikan bahwa ruang pergerakan dan diskursus publik masa kini berpusat di ekosistem siber dan media sosial.
2.	 Orientasi Warna Vertikal dan Horizontal	Pembagian bidang horizontal di panel kiri mengkonotasikan kestabilan, ketenangan, dan pijakan historis yang kokoh. Sebaliknya, kolom-kolom vertikal di panel kanan menciptakan dorongan gerak ke atas yang dinamis, menyimbolkan kebangkitan, pertumbuhan, serta ajakan untuk bergerak bersama.
3.	 Penanggalan 28 • 10 • 26	Susunan angka tersebut secara kultural merujuk pada tanggal 28 Oktober 2026, yakni peringatan ke-98 tahun Hari Sumpah Pemuda. Penempatannya di panel horizontal menegaskan bahwa sejarah persatuan pemuda adalah fondasi utama gerakan ini.

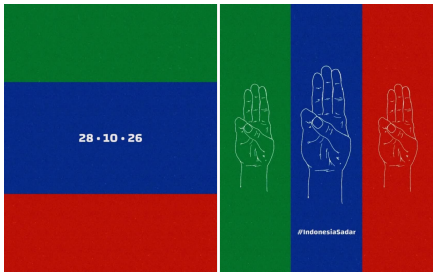
JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

4.	 Gestur Tiga Jari dan Hierarki Posisi	Dalam budaya gerakan sipil global maupun regional, acungan tiga jari berkonotasi pada solidaritas, kebebasan berekspresi, dan perlawanan terhadap ketidakadilan. Posisi tangan tengah (pada bidang biru) yang menjulang lebih tinggi menciptakan titik fokus sekaligus menyimbolkan kepemimpinan rasional yang memayungi gerakan kolektif.
5.	 Tekstur *Grain* dan Garis Putih	Efek bintik halus memberikan kesan otentik menyerupai poster cetak jalanan (*street poster*) yang membumi, sementara garis ilustrasi dan teks putih berperan sebagai cahaya pemecah kebuntuan yang menegaskan kejujuran pesan

Tabel 3. Analisis Semiotika Roland Barthes Tingkat Mitos
(Sumber: penulis, 2026)

NO.	TANDA	KETERANGAN MITOS
1.		Pada tingkat mitos, seluruh tanda denotatif dan konotatif menyatu membentuk narasi ideologis tentang Nasionalisme Digital dan Kesadaran. Poster ini menaturalisasi gagasan bahwa semangat Sumpah Pemuda yang ditandai dengan visual (28 • 10 • 26) tidak berhenti sebagai perayaan sejarah, melainkan hidup kembali melalui partisipasi kritis warga di media digital bertagar #IndonesiaSadar. Melalui penyatuan tiga warna primer yang berbeda-beda menjadi satu kesatuan, poster ini menanamkan keyakinan bahwa kesadaran berbangsa yang utuh hanya dapat terwujud apabila keberagaman sudut pandang masyarakat bersatu dalam solidaritas yang setara.

3.2 Analisis Psikologi Warna Eva Heller

Semiotika Menurut Eva Heller (2009), warna tidak tidak bekerja sendiri, makna psikologis sebuah warna juga sangat ditentukan oleh konteks kemunculannya serta kombinasi warna lain yang ada di sekitarnya. Dalam poster #IndonesiaSadar, tiga warna utama pada poster ini membangun makna psikologis yang seimbang antara rasionalitas dan emosi yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

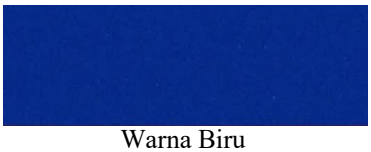
Tabel 4. Analisis Psikologi Warna Eva Heller
(Sumber: penulis, 2026)

NO.	WARNA	HASIL ANALISIS
1.		Dalam psikologi warna Heller (2009), hijau berkaitan erat dengan kehidupan, harapan baru, optimisme, dan masa muda. Penempatan warna hijau di bagian paling atas pada panel kiri dan sisi awal bacaan (kiri) pada panel kanan berfungsi membangun suasana psikologis

JURNAL DESAIN DAN MULTIMEDIA

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Awal Bros
Jalan Karya Bakti, Simpang BPG, Kulim, Pekanbaru, Riau.

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

	 Warna Hijau	yang segar dan penuh harapan. Hijau dimaksudkan untuk membangun Kesan bahsa perubahan sosial buukanlah ancaman, melainkan mempresentasikan proses regenerasi dan tumbuhnya kesadaran baru.
	 Warna Biru	Heller (2009) mencatat biru sebagai warna yang paling kuat diasosiasikan dengan kecerdasan, ketenangan, kepercayaan, dan objektivitas. Warna biru ditempatkan sebagai poros tengah di kedua panel menjadi latar belakang tanggal historis (28 • 10 • 26) sekaligus menopang ilustrasi tangan tertinggi. Secara psikologis, dominasi poros biru ini berpotensi mengomunikasikan bahwa gerakan #IndonesiaSadar berlandaskan pada nalar kritis, pikiran yang jernih, dan kedewasaan sikap, bukan sekadar luapan emosi sesaat.
	 Warna Merah	Merah merupakan warna dengan muatan emosional paling tinggi yang melambangkan gairah, keberanian, kekuatan, dan semangat perjuangan (Heller, 2009). Dengan menempatkan merah di bagian dasar panel kiri dan sisi paling kanan pada panel vertikal, desainer menciptakan dorongan psikologis di akhir alur pandang mata. Merah memicu rasa urgensi agar pengamat tidak hanya berhenti pada tahap berpikir (biru), tetapi berani mengambil sikap dan melakukan aksi nyata.

3 KESIMPULAN

Poster digital #IndonesiaSadar memanfaatkan warna primer layar *RGB (Red, Green, Blue)* dan tata letak geometris sebagai instrumen retorika visual untuk membangun kesadaran masyarakat, khususnya para pemuda di era modern sekarang. Melalui semiotika Roland Barthes, tampilan fisik poster (*denotasi*) berupa panel warna horizontal-vertikal, ilustrasi tiga jari, dan angka 28.10.26 memunculkan pemaknaan kultural tentang fondasi sejarah Sumpah Pemuda serta solidaritas masyarakat digital. Keduanya menyatu membentuk *mitos* nasionalisme digital, yakni gagasan bahwa persatuan bangsa terwujud melalui kesetaraan keberagaman gagasan di media sosial.

Analisis psikologi warna Eva Heller membuktikan bahwa kombinasi warna poster menciptakan gabungan emosional yang seimbang, yaitu hijau menghadirkan harapan dan pembaruan, biru menjadi poros ketenangan dan rasionalitas, merah memicu keberanian bertindak, dan putih menegaskan kejujuran pesan. Sinergi teori semiotika dan psikologi

ISSN 3164-9432 e-ISSN 3164-9432 Vol 1, No 2 2026

warna ini memperkaya kajian Desain Komunikasi Visual dalam memahami peran warna aditif RGB (Green, Red, Blue) sebagai penggerak wacana sosial-politik kontemporer.

REFERENSI

Akhmad, S. K., & Saridewi, D. (2025). *Alamtara : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i1.4307

Barthes, R. (1977). *Elements of Semiology* (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Hill & Wang.

Cortés, H. T., & Pérez, D. G. (2025). Emotions in Colours: Enhancing Creativity and Self-Care in Children in Social Care through the Creative Journal. *OALib*, *12*(04), 1–15. https://doi.org/10.4236/oalib.1113272

Dzaki, A. M., Annisa, S., Nadra, R., Purnomo, A., Rupa, D. S., Bahasa, F., Seni, D., Padang, U. N., Psikologi, D., Psikologi, F., & Kesehatan, D. (2026). Ketika Warna Berbicara: Psikologi di Balik Desain Visual dan Emosi Audiens. *Jurnal Psikologi Dan Konseling*, *1*(3), 117–123. https://jurnal.pustakabangsaindonesia.com/index.php/jpk

Heller, E. (2009). *Psychology of Colour: How Colours Affect Feelings and Reason*. Wiley-Blackwell.

Herman, H., Kartius, K., Abdullah, S., & Hasibuan, C. R. (2024). Collaborative GovernanceIn Overcoming Unemployment in Bengkalis Regency, Riau Province. *PERSPEKTIF*, *13*(1), 164–173. https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i1.10577

Ismoyo, S. L., & Basaevha, M. (2025). Analisis Komunikasi Politik Satire Anies Baswedan di Instagram: Kajian Semiotika Roland Barthes. *COMMUNICATIONS*, *7*(1), 104–127. https://doi.org/xx.

Lupton, E., & Cole Phillips, J. (2015). *Graphic Design The New Basic*. Princeton Architectural Press.

Manovic, L. (2001). *The Language of New Media*. Massachusetts Institute of Technology.

Prameswari, A., & Purwanto, J. (2025). PT. Media Akademik Publisher TANDA, SIMBOL, DAN MAKNA DALAM DRAMA LARAS KARYA DUKUT W.N. : ANALISIS SEMIOTIKA BERDASARKAN. *JMA)*, *3*(6), 3031–5220. https://doi.org/10.62281

Weking, Y. D. J., Noviyanti, E., & Widhiandono, D. (2025). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA POSTER FILM THE UGLY STEPSISTER. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 05, Issue 04).