



Pelatihan Penggunaan Semiotika Ikon dan Simbol dalam Komunikasi Sains pada Komunitas Videographer LinkpictureID Depok

Supratman*, Ahmad Zakki Abdullah

Prodi Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta. Jl. RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Depok, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12450, Indonesia

*Email Korespondensi: supratman@upnvj.ac.id

Diterima: Oktober 2021, Revisi: Oktober 2021, Diterbitkan: November 2021

Abstrak

Sebuah tuntutan bagi para *content creator*, yakni para pembuat acara atau program pada youtube untuk memberikan hasil karya yang kreatif sehingga bisa menarik perhatian para penontonnya. Sekarang, kegandrungan untuk memberikan konten pendidikan yakni memberikan penonton literasi, cara mengerti dan memahami bisa membuka kesempatan dalam memanfaatkan permintaan pasar. Komunikasi sains sebuah bidang kajian komunikasi yang khusus pada bidang sains, adalah pendekatan yang tepat dalam memberikan literasi dan juga bisa dijadikan konten. Komunitas linkpictureID yang mewadahi beberapa videographer, berperan sebagai *content creator* yang mencoba menyampaikan literasi sains untuk menjelaskan industri kreatif terutama pada perfilman, dan juga masalah sosial lainnya untuk pelaku industri seperti videographer dan penulis pemula. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan komunikasi sains dengan menggunakan semiotika ikon dan simbol dengan pendekatan naratif untuk menambah keterampilan dalam menyampaikan literasi mengenai ekologi industri kreatif dalam memenuhi konten pendidikan pada *youtube*. Hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan di linkpictureID dapat memenuhi kebutuhan untuk membuat konten yang menarik dalam prihal film dengan menggunakan ikon dan simbol, dengan rekomendasi perlunya pengukuran secara berkala terhadap pengerjaan konten tersebut terutama dalam bobot materi penulisan narasi (*storytelling*).

Kata kunci; Content, Youtube, Semiotika, Komunikasi Sains, *Storytelling*

Training on the Use of Semiotics Icons and Symbols in Science Communication at the Videographer Community, LinkpictureID Depok

Abstract

A demand for content creators, namely the creators of events or programs for YouTube, is to provide creative works so that they can attract attention of the audience. Now, a passion for providing educational content is a way to give the audience literacy, namely a way of knowing and understanding and also opening up opportunities to take advantage of market demands. Science communication, a field of communication study that is specialized in the field of science, would be the right approach in providing such literacy and also can be used as content. The linkpictureID community, which accommodates several videographers, acts as a content creator who tries to convey scientific literacy to explain films, the film industry and also behavioral science on the phenomenon of "writing stories" for videographers and beginner writers. Science communication using semiotic icon and symbol can be used as a foundation for building skills in conveying literacy behind science about writing stories, namely using narration through semiotics. The results of this community service us carried out at linkpictureID which can meet the needs of making creative works, namely interesting content in terms of films using icons and symbols, with recommendations the need for periodic measurements of the output.

Keywords; Content, Youtubers, Semiotics, Science Communication, *Storytelling*

How to Cite: Supratman, S., & Abdullah, A. Z. (2021). Pelatihan Penggunaan Semiotika Ikon dan Simbol dalam Komunikasi Sains pada Komunitas Videographer LinkpictureID Depok. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 57–63. <https://doi.org/10.36312/linov.v6i2.565>



<https://doi.org/10.36312/linov.v6i2.565>

Copyright© 2021, Supratman & Abdullah

This is an open-access article under the CC-BY License.



PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangannya, pembuatan konten pada kanal video internet yakni *youtube* memerlukan sebuah keterampilan dengan tingkat keseriusan yang semakin meningkat. Walaupun adanya indikasi komodifikasi yang tinggi dan juga munculnya monopoli sumber daya (dalam bentuk hiburan) ada proses yang memanfaatkan kreatifitas, ruang ekspresi diri, dan interaksi antara penonton dan kreator (Labas & Yasmine, 2017).

Adanya persyaratan yang cukup rumitkan, tuntutan oleh kanal video *youtube* semakin meningkat. Para pembuat video, atau lebih dikenal dengan istilah *content creator* ini selalu mencari cara yang lebih kreatif untuk bisa mendapatkan para pengikut (*subscriber*) dan juga jumlah tonton (*view*). Peningkatan angka pengikut dan jumlah tonton merupakan syarat yang diberikan oleh *youtube* agar video disisipi iklan sehingga bisa diuangkan (*monetize*). Keuntungan yang didapatkan dari penerbit iklan dijadikan mata pencaharian seorang *content creator*. Iklan disisipkan dalam video - video *youtube* oleh penerbit iklan, yakni perusahaan pihak ketiga bernama *google ads* yang dihitung dari siaran (video) yang ditonton. Semakin besar jumlah pengikut dan penonton maka semakin besar keuntungan yang bisa didapatkan oleh *content creator*.

Membuat sebuah *content* bisa berupa acara atau program untuk disiarkan. Proses pembuatan *content* merupakan proses pengerjaan yang sangat menarik untuk dibahas karena mengkaitkan proses kreativitas yang dinamis. Para *content creator* saat ini sedang mencari cara untuk bisa terus memperpanjang kelangsungan pembuatan *content*. Pada dasarnya pembuatan *content* kurang lebih sama dengan produksi video ataupun film secara umum. Ada sebuah perencanaan awal yakni pra-produksi seperti riset dan penulisan naskah, kemudian produksi dan kemudian pasca-produksi yakni penyuntingan dan penyiaran. Sekarang *content* semakin bervariasi sehingga diperlukan keterampilan dan juga pengelolaan yang lebih baik daripada sebelumnya. Sehingga pembelajaran diperlukan oleh para *content creator* agar bisa mengembangkan bakat dan juga kemampuan dalam pembuatan *content*.

Memahami ikon dan simbol merupakan bentuk pengembangan dalam pengelolaan dalam pembuatan *content*. Ilmu semiotika dalam praktiknya melibatkan berbagai data dan juga referensi untuk memaknai, namun seiring dengan perkembangan zaman ilmu semiotika juga bisa digunakan dalam membuat teks. Bergesernya moda konsumsi menjadi produksi dalam semiotika dimulai dengan profesi periklanan yakni perlunya menggunakan semiotika dalam persuasi. Pendekatan dan Aplikasi Semiotika (Approaches and Applied Semiotics, AAS) antara lain adalah menggunakan logo, menanamkan nilai pada produk, membuat mitos pada produk (*mythologizing*) dan membentuk tekstualitas (Umiker-sebeok & Danesi, 2019).

Komunikasi sains dalam menjelaskan konsep konsep yang kompleks tentu memerlukan kreativitas dalam memaparkan data data, ini bisa dilakukan dengan menggunakan ikon dan simbol. Contohnya sekarang pada tahun 2021, adalah bagaimana menjelaskan kepada masyarakat awam untuk memahami urgensi dibalik vaksin dalam mengatasi masalah ekonomi ditengah. Menjelaskan pentingnya vaksin dan kaitannya dengan ekonomi tentu melalui proses kreatif penggunaan ikon dan simbol, agar masyarakat mau memahami dan pada akhirnya mampu merubah sikap dan perilaku masyarakat.

Sains dengan disiplin ilmunya yang mengandalkan empirisme namun dengan perlunya mitos dalam penyampainya dianggap sebuah diskursus sains (Pauwels, 2006). Dalam hal ini maka semiotika lebih dikenal istilah "representasi visual" karena lebih membangun pemahaman dibandingkan narasi fiktif. Akan tetapi, pergeseran representasi terus terjadi karena banyaknya tuntutan dari komunitas sains (ilmuwan dan peneliti) untuk mendorong agenda sains lebih cepat lagi. Tuntutan ini salah satunya adalah mendorong literasi tentang "*global warming*" dan "*climate change*" yang mana tidak hanya perlu ditingkatkan intensitasnya, namun juga perlu mencapai kesadaran terdalam masyarakat. Kreativitas dengan menggunakan narasi fiksi dan popularisme telah berkembang terutama untuk bisa memahami sains, Aalah satunya adalah representasi visual sel sel tubuh yang meyerupai kinerja sistem organisasi dalam bentuk kartun anak anak berjudul "*Cells at work!*" yang dibuat oleh Akane Shimizu. Kartun anak-anak yang memiliki bobot Pendidikan dalam penceritaanya yang juga menggunakan ikon dan symbol antara lain adalah; "*Jintai No Survival*" dan "*Moyashimon*".

Komunikasi sains bersumberkan dari sebuah model yang juga menjadi definisi dari komunikasi sains yakni komunikasi antara ahli (ilmuwan) dan bukan ahli (masyarakat) (Supratman & Abdullah, 2020). *Content* dengan *genre* atau kategori ilmu pengetahuan pada kanal youtube sudah banyak dikenal antara lain “Nerdrwriter”, “V-sauce”, “Kurzgesagt” dan kemudian para *content creator* local seperti “Kok bisa dan “Ferry Irwandi”. Dalam penjelasan video video ini, para pembuat video sangat mengandalkan ikon dan simbol untuk mengurai materi dan data untuk bisa dipahami lebih mudah. Mempopulerkan atau menjadikan materi sains menggunakan sebuah icon dan simbol yang memenuhi kaedah ilmu semiotika.

Selain memaparkan data dan materi sains, komunikasi sains juga bisa memupuk sebuah rasa kritis dari berbagai wawasan yang dijelaskan secara logis dan relevan. Pendekatan sains, dengan menggunakan logika dan relevansi itu biasanya dihubungkan dengan ilmu alamiah akan tetapi rasionalisme-nya belum banyak dibahas. Rasionalisme yang dimaksud adalah menguji pembaruan, yakni dengan menggunakan akal sebagai alat untuk melakukan penalaran terhadap suatu kebenaran (Fikri, 2018).

Peningkatan keterampilan juga salah satunya adalah memahami konsep penulisan, yang mana mengoptimalkan bahasa visual melalui pemahaman dari perspektif semiotika ikon dan simbol. Konsep penulisan inilah yang akan mampu mengurai data data, dan juga kompleksitas sains dalam bentuk fiksi. Hal ini dikarenakan perlunya penyesuaian antara gambaran fenomena sains yang bersifat “eksak” dengan fenomena sosial yang bersifat kognitif. Rasionalitas yang berkenaan dengan sifat manusia sebagai makhluk sosial. Rasionalitas inilah yang dianggap perpaduan antara sains dengan ilmu sosial, yang diperlakukan sebagai dialog sebagai *content* sebagaimana kita membicarakan hal hal informal dalam keseharian kita (Bucchi & Trench, 2021)

Sesuai dengan tujuan pengabdian masyarakat, yakni pelatihan komunikasi sains dengan menggunakan semiotika ikon dan simbol dengan pendekatan narasi untuk menambah keterampilan diakui sebagai kebutuhan para *content creator*, khususnya bagi para videographer yang terhimpun pada komunitas LinkPictureID. Akan tetapi berbeda dengan agenda sains, komunitas ini hendak menjelaskan sebuah kajian yang menelisik fenomena di balik permasalahan perfilman di Indonesia. Fenomena yang mana diperlukan sebuah pendekatan yang lebih banyak menjelaskan perilaku manusia. Yakni bagaimana perilaku dan sikap manusia bisa menyebabkan keadaan yang terjadi sekarang. Menurut komunitas linkpictureID, berbagai permasalahan yang dihadapi terutama yang berkenaan dengan masalah perfilman dicoba untuk diolah menggunakan rasionalitas. Pendekatan bermuara pada *behavioral science* dengan melihat manusia sebagai pusatnya (*human-centered*), mengkaji data data berupa jumlah kapasitas produksi, kemampuan, daya kreativitas dan juga persaingan dan ekologi pada perfilman di Indonesia.

Mitra kami, LinkpictureID melihat bahwa masalah Literasi tentang perfilman di Indonesia sangatlah penting untuk disampaikan karena berkenaan dengan berbagai nilai budaya dan juga nilai sosial di tengah masyarakat. Selain itu juga, film adalah sebuah sumber informasi yang bisa menggambarkan sejarah mengenai masyarakatnya. Keadaan tentang film di Indonesia memerlukan pendekatan saintifik rasional, dilihat dari *social science* (ilmu sosial) namun tetap mengandalkan data data saintifik. Semiotika ikon dan symbol diharapkan mampu mengurai berbagai masalah dalam perfilman Indonesia yang menjadi topik bahasan dalam *content* mereka.

Selain semiotika ikon dan symbol, kekuatan film bermuara pada narasi yakni cerita dimana wacana tersebut juga bisa dikaji dari segi keilmuan. Dalam menyampaikan hal tersebut maka diperlukan pemahaman dan juga pengertian tentang bagaimana hubungan antara cerita dengan masalah sosial, dan itu menggunakan *behavioral* dan *social science*. Semiotika, bisa dikatakan sebagai salah satu esensi dari *behavioral* dan *social science* yang bisa menjembatani mengapa cerita berhubungan erat dengan masalah sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini adalah sebuah lokarya namun menggunakan landasan metode eksperimental sebagai tolok ukur. Dalam kegiatan ini kami dengan melihat dulu keadaan awal para peserta pengabdian masyarakat, dan kemudian melakukan *treatment*

yaitu pelatihan. Setelah dilakukan pelatihan kita bisa mengukur perubahan sikap dan perilaku dalam perihal pemahaman semiotika ikon dan simbol, komunikasi sains dan penulisan narasi.

Dalam pelaksanaan ini kami pertama memberikan sebuah questioner yang diberikan kepada para peserta dengan beberapa pertanyaan mengenai pemahaman mereka tentang semiotika. Adapun deskripsi singkat dari hasil kuesioner tersebut adalah sebagai berikut

1. Peserta berjumlah 40 yang datang dari usia antara 19-27 dengan jenjang Pendidikan sedang berkuliah dan jurusan yang bervariasi a.l.; komunikasi, sastra inggris, filsafat,
2. Pemahaman tentang semiotika yang mendasar, yakni mampu mendefinisikan dan mengenal beberapa tokoh seperti Pierce dan Saussure
3. Memiliki keinginan untuk memahami komunikasi visual yakni bagaimana mampu membuat gambar bentuk dalam video yang lebih efektif untuk menyampaikan pesan
4. Dalam keminatan peran pembuat video yakni antara produser, director atau penulis yang menjawab menjawab ingin lebih banyak memahami kepenulisan adalah 28 orang. dari jumlah itu 15 sudah menulis dan hanya 2 dari mereka yang pernah mengikuti kelas menulis.
5. Dari 40, 32 sudah bekerja dalam sebuah produksi yang menjalankan berbagai fungsi sebagai; sutradara, asisten sutradara, asisten pengarah kamera, kontinuiti, klaper, runner, pengambil suara, rias wajah dan properti

Hasil deskripsi ini pun diberikan kepada peserta pada saat pertemuan pertama via zoom sebagai tahap pra-kognisi terhadap hasil akhir pertemuan kegiatan ini. Pertemuan pertama dan kedua dibagi berdasarkan materi materi tentang kepenulisan dan semiotika. Untuk kepenulisan materi ini menggunakan materi tentang *storytelling* dan penulisan naskah film.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada bulan juli 2021 dengan landasan *active learning* yakni memberikan ruang partisipasi yang lebih besar dengan stimulus pendidikan dengan melibatkan *critical thinking* (Conie J, 2013). Selain questioner profil dan pretest, para peserta diberikan questioner mengenai harapan tentang hasil dari kegiatan ini lalu mereka diberikan materi materi dan kemudian diberikan ruang untuk berpartisipasi dalam pengajaran. Para peserta diberikan ruang untuk menjelaskan beberapa segmentasi tentang materi dalam bentuk video yang mereka buat sendiri untuk kemudian dipertontonkan kepada peserta lain. Adapun kegiatan ini dilakukan dengan urutan sebagai berikut

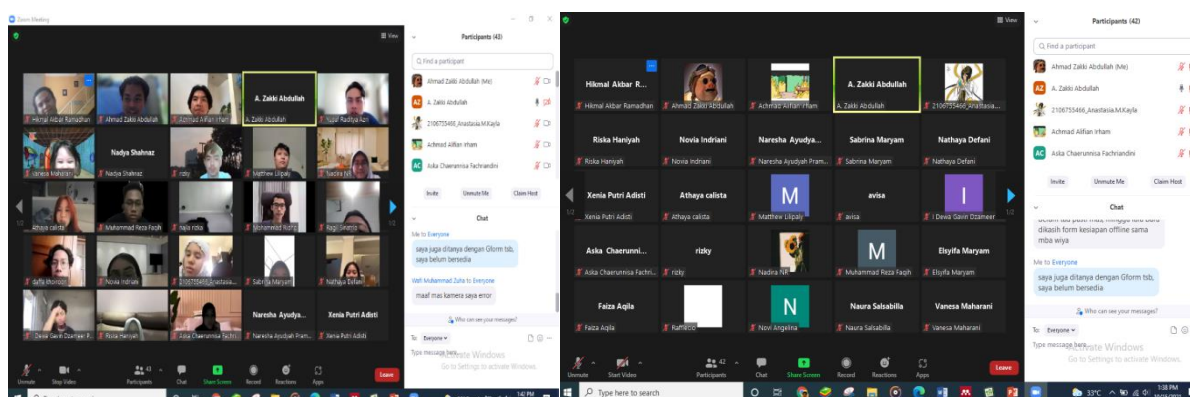
01. 23 Juni penjadwalan acara dengan pihak linkpictureID
02. 29 juni – 2 juli mengadakan survey (profil, harapan dan *pre-test*).
03. 2-7 juli pembuatan materi video kegiatan
04. 8 – 14 menonton video 1-2, dengan tugas pembuatan video oleh para peserta
05. 15-22 Menonton video 3-4, dengan tugas pengkaryaan
06. 24 menonton video pengkaryaan dan post-test

Dalam kegiatan ini, para peserta diberikan video video materi yang berjumlah 4 dengan masing masing durasi 15-20 menit. Kemudian selanjutnya diadakan diskusi terkait materi video yang diberikan. Materi diberikan dalam bentuk video agar bisa diakses kapan saja oleh para peserta dan juga memaksimalkan waktu Ketika bertemu dengan diskusi secara interaktif secara online. Aplikasi yang membantu tim pengabdian masyarakat adalah *youtube* dan *google classroom*, untuk tahap pengujian dalam mengukur materi menggunakan *quizziz*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dimulai dengan membagikan sebuah angket kepada calon peserta yang menanyakan hal hal yang berkenaan dengan profil, harapan dan wawasan ttg produksi. Hal hal yang berkenaan tentang wawasan produksi meliputi.

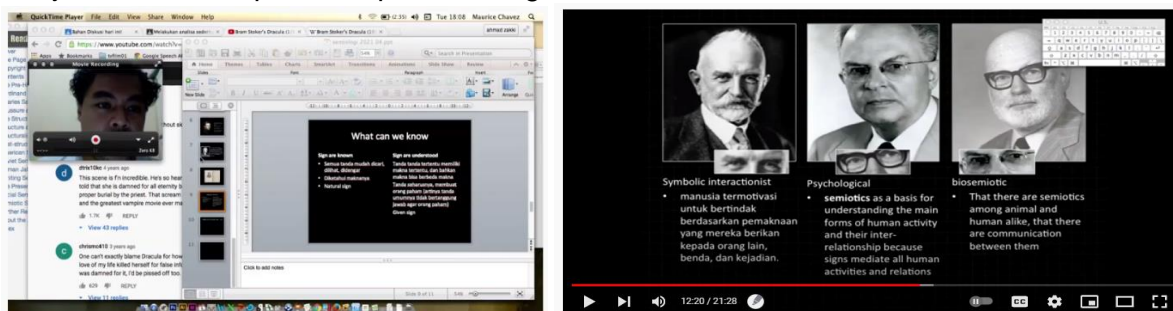
1. Komunikasi visual; pengetahuan tentang cerita, penulisan premis dan character development.
2. Semiotika; definisi, bagaimana melakukan sebuah analisis semiotika terhadap sebuah wacana, bagaimana menyampaikan maksud melalui yang efektif dengan menggunakan kaedah ikon dan simbol dalam video.



Gambar 1. Kegiatan pengabdian Masyarakat pertemuan pertama dan kedua

Pembangunan tidak hanya bertujuan untuk membentuk karakter namun juga harus bisa mewujudkan tujuan perubahan sosial yakni modernitas. Salah satu prinsip dari modernitas adalah berlandaskan pada ilmu pengetahuan (sains). Komunitas videographer LinkPictureId memahami hal itu dengan menggunakan keadaan ini dengan mengisi *content* ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan ekologi industri kreatif yaitu perfilman dan videografi. Mereka paham bahwa di Indonesia, ada banyak hal yang merumitkan para pelaku karena mereka tidak bisa melihat keadaan secara menyeluruh, antara lain masalah hak cipta, sertifikasi, profesionalisme, etika, jenjang karir dsb. Komunitas LinkpictureID diharapkan dapat menggunakan kesempatan ini untuk membangun modernitas yang nantinya bisa menyokong industri kreatif dengan memberikan informasi berlandaskan ilmu pengetahuan.

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memahami cara berkomunikasi yang baik sesuai dengan kebutuhan, komunikasi sains adalah pendekatan yang bisa menjembatani antara ilmu pengetahuan dan perubahan sosial. Komunikasi sains di Indonesia, dihubungkan dengan masalah pendidikan yang cakupannya adalah cara berkomunikasi siswa tentang kajian kajian yang mereka lakukan. Di dunia internasional, komunikasi sains mencakup bagaimana masyarakat memahami berbagai penelitian dan penemuan di bidang sains. Isu dalam komunikasi sains adalah masalah masalah yang krusial seperti *climate change*, *global warming*, vaksin, dan pada umumnya perilaku manusia terhadap stimulus teknologi seperti internet, *social media*, *virtual / augmented reality* dll. Ada banyak kajian yang melihat bahwa komunikasi sains dan perubahan sosial secara terpisah, karena tidak memberikan sebuah pengaruh secara langsung karena ada proses adopsi inovasi yang dilaluinya. Sesuai dengan teori difusi inovasi yang mana melihat bahwa proses diterimanya informasi pun melalui seleksi yang tersegmentasi, memakan waktu dan berbeda beda disetiap segmennya. Difusi inovasi yang telah dikritik pun membuktikan bahwa proses ini tidak bisa adil, inipun terjadi di lingkungan perfilman yang mana selalu ada pihak yang dirugikan akibat dari sebuah ketimpangan pada pembangunan. Hal ini akan semakin terjal bila tidak ada literasi yang menjelaskan lanskap inovasi/perkembangan tersebut tersebut.



Gambar 2. Materi Pengabdian Masyarakat

Salah satu hal yang paling banyak dibahas dalam diskusi oleh para peserta adalah masalah hak cipta dan kepemilikan sebuah ide yang mana banyak mengajukan konsep gagasan kerjasama seperti kolaborasi dan *co-creator*. Di samping itu juga mereka banyak bertanya perihal komodifikasi dan juga kewajaran dalam menggunakan materi creator lain dalam video mereka. Para peserta pun melihat bahwa tuntutan kerja yang sangat tinggi bisa menimbulkan dehumanisasi dalam hal *content*, maka demikian mereka mengaku khawatir dengan batasan etika dalam *content*. Dalam diskusi juga dibahas masalah formalitas profesi yang membicarakan jenjang karir videografi. Kami mengatakan bahwa memang ada sertifikasi BNSP (badan nasional sertifikasi profesi) yang sudah disesuaikan dengan Standard Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) yakni di bidang penyuntingan, penulisan naskah dan penyutradaraan.

Hasil lokakarya adalah sebuah video pendek berdurasi 4 menit yang dilakukan secara berkelompok. Hasil video ini ditonton secara bersama sama secara online dan kemudian dilakukan pre-test.

1. Post-test menunjukkan ada signifikansi terhadap perubahan terutama dalam bentuk penulisan. Signifikansi dalam memahami semiotika ikon dan simbol lebih tinggi dibandingkan komunikasi sains.
2. Dalam lokakarya, banyak video yang masih menggunakan gaya penyampaian deskriptif dibandingkan naratif, walaupun sudah dalam pelatihan sudah disampaikan bahwa narasi diperlukan dalam penyampaian pesan.
3. Semiotika ikon dan simbol dengan pendekatan narasi disukai karena mengandung elemen masalah kritis dan kreatif.

KESIMPULAN

Tim pengabdian ini memiliki komitmen yakni berujuan mengadakan pelatihan untuk bisa menggunakan semiotika ikon dan simbol dengan pendekatan narasi melalui komunikasi sains untuk menambah keterampilan dalam menyampaikan literasi mengenai ekologi industri kreatif dalam memenuhi konten pendidikan pada *youtube*. Dalam mencapai tujuan ini kami juga menemukan bahwa kami harus bisa memahami sector industry ini dengan melihat secara menyeluruh. Komunitas videographer LinkPictureID adalah bagian dari ekologi ini dan memiliki komitmen untuk saling bahu membahu membangun lingkungan kerja yang berkelanjutan. Dalam merealisasikan komitmen inilah, mereka bekerja sama dengan kami tim pengabdian masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. Itulah yang menjadi landasan kenapa ikon dan simbol dalam bahasan semiotika khususnya dalam menjelaskan landscape dalam pendekatan naratif dan diolah dari perspektif ilmu pengetahuan (komunikasi sains). Di lingkungan perfilman yang semakin kompleks, namun perlu dipahami secara seksama terutama dalam masalah profesionalitas. Berkenaan dengan itu maka aspek standarnya harus jelas dan demikian berkenaan dengan pemahaman mengenai ilmu pengetahuan. Hasil dari standarisasi, melalui kurikulum adalah keterbaruan dalam penerapan profesionalitas. Kami melihat bahwa keterbaruan ini sudah meliputi dalam kegiatan ini, khususnya mencakup digitalisasi, kebutuhan dalam menggunakan ikon dan symbol dengan pendekatan narasi dan juga pemahaman tentang komunikasi sains.

REKOMENDASI

Masalah etika dan kompleksitas film ini perlu dikaji lebih dalam sehingga banyak hal yang bisa dilakukan dalam hal pengembangan berfikir dan juga sekaligus bisa dijadikan sebuah kesadaran yang lebih meluas diantara para *content creator*. Prihal dehumanisasi itu bermunculan dengan banyaknya creator yang hanya bermodalkan “kontroversi” demi mencari perhatian penonton yang mana harus dijadikan sebuah pesan yang bisa diketahui oleh para *creator*. Akan tetapi yang paling penting adalah materi penulisan naskah yang mana paling penting dalam *storytelling* juga harus dikaji sehingga bisa disampaikan dengan utuh. Antusias peserta dalam kegiatan ini memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap penulisan, akan tetapi

dalam pembahasan yang terbatas karena hanya berkenaan dengan semiotika ikon dan symbol. Ke depan, materi penulisan ini harus juga bisa menjelaskan masalah masalah budaya dan juga realita yang bisa diolah menjadi sebuah cerita yang menarik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada rekan tim, dan juga kepada para pengelola LinkPictureID yaitu kepada sdr. Helmi dan sdr. Haris.

DAFTAR PUSTAKA

- Bucchi, M., & Trench, B. (2021). Rethinking science communication as the social conversation around science. *Journal OfScience Communication*, 20(03), 1–11.
- Cobley, P. (2014). *Introducing semiotics: A graphic guide*. Icon Books Ltd.
- Conie J, R. (2013). Strategies to promote critical thinking and active learning. Teaching in Nursing E-Book: A guide for faculty,. In *Teaching in Nursing* (p. 258).
- Fikri, M. (2018). Rasionalisme Descartes dan Implikasinya Terhadap Pemikiran Pembaharuan Islam Muhammad Abduh. *TARBAWI, Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(Juli-Desember), 5–24.
- Joubert, M., Davis, L., & Metcalfe, J. (2019). Storytelling: the soul of science communication. *Journal OfScience Communication*, 18(05), 1–5. https://jcom.sissa.it/archive/20/03/JCOM_2003_2021_Y01
- Labas, Y. N., & Yasmine, D. I. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 104. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28584>
- Lilis, A., Dewi, K., Zamroni, M., Astuti, S. Y., Budaya, F. I., & Jember, U. (2017). Analisis Semiotika Film Christian Metz : Studi Kasus Visualisasi Pesan. *Publika Budaya*, 5(1), 21–27. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/PB/article/view/5986>
- Nöth, W. (2011). *Semiotic Foundations of Iconicity In Language and Literature. The Motivated Sign: Iconicity in Language and Literature*. John Benjamin Publishing Company.
- Pauwels, L. (2006). *Visual cultures of science: rethinking representational practices in knowledge building and science communication*. UPNE.
- Sidik, A. (2018). Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene Menggunakan Teori Semiotika Pierce. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 9(4), 201. <https://doi.org/10.31602/tji.v9i4.1533>
- Supratman, & Abdullah, A. Z. (2020). Permasalahan dalam komunikasi sains. *Global Komunikasi*, 1(2), 76–86.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Umiker-sebeok, J., & Danesi, M. (2019). *Approaches to Applied Semiotics Series Editor Mouton de Gruyter*.