
KAMPANYE SOSIAL *STOP FATHERLESS* PADA FIGUR SEORANG AYAH DI KOTA PALEMBANG

Adevia Nurhawa¹, Bobby Halim² dan Husni Mubarat³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya Universitas Indo Global Mandiri, Jl. Jenderal Sudirman No.629 Km.4, 20 Ilir D IV, Ilir Timur I, Palembang, 30129
Email : 2019620056@students.uigm.ac.id,

Received: 18 Agustus 2023

Revised: 20 November 2023

Accepted: 4 Desember 2023

Abstrak : Fatherless adalah suatu kondisi tidak hadirnya seorang ayah baik secara fisik maupun psikologis dalam perkembangan seorang anak. Pernyataan dari menteri sosial di tahun 2017 terkait fakta bahwa Indonesia merupakan fatherless country ke-3 di dunia menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi penulis dalam memilih topik ini. Adapun tujuan kampanye sosial ini adalah untuk memberikan informasi kepada para ayah dan calon ayah terkait fakta fatherless, tujuan keduanya adalah untuk menyadarkan ayah agar dapat terlibat secara maksimal dalam mengasuh dan mendidik anak, tujuan lainnya adalah untuk membantu dalam membangun keluarga yang harmonis di Kota Palembang. Adapun metode yang dipakai dalam perancangan ini adalah design thinking yang terdiri dari empathize, define, ideate, prototype dan test. Pemilihan media meliputi, board game, x banner, poster, video reels, feed Instagram, katalog, t-shirt, mug, bingkai foto multifungsi, topi, gantungan kunci dan sticker yang diharapkan mampu menjadi media yang komunikatif dalam membantu menjalin keharmonisan hubungan antara ayah dan anak di Kota Palembang.

Kata kunci : *Board Game, Fatherless, Kampanye Sosial, Peran Ayah*

Abstract : Fatherless is a condition of the absence of a father both physically and psychologically in the development of a child. The statement from the minister of social affairs in 2017 regarding the fact that Indonesia is the 3rd fatherless country in the world is one of the factors behind the author in choosing this topic. The purpose of this social campaign is to provide information to fathers and prospective fathers regarding fatherless facts, the second purpose is to sensitize fathers to be maximally involved in nurturing and educating children, another goal is to help in building a harmonious family in Palembang City. The method used in this design is design thinking which consists of empathize, define, ideate, prototype and test. The selection of media includes, board games, x banners, posters, video reels, Instagram feeds, catalogs, t-shirts, mugs, multifunctional photo frames, hats, key chains and stickers which are expected to be communicative media in helping to establish harmonious relationships between father and son in Palembang City.

Keywords : *Board Games, Fatherless, Social Campaigns, Fatherhood*

PENDAHULUAN

Ayah merupakan sosok lelaki yang memiliki kedudukan khusus didalam sebuah keluarga. Bukan hanya berperan mencari nafkah, seorang ayah juga memiliki peran penting lainnya seperti mengasuh dan mendidik anak-anaknya. Pola patrilineal merupakan salah satu alasan yang membuat minimnya peranan ayah dalam pengasuhan anak. Istilah lainnya dikenal dengan *fatherless*. Istilah "*fatherless*" pertama kali diperkenalkan oleh seorang psikolog asal Amerika Serikat yang bernama Edward Elmer Smith. *Fatherless* adalah ketiadaan peran ayah dalam perkembangan seorang anak. Ketidadaan peran yang dimaksud adalah ketidakhadiran ayah baik secara fisik maupun psikologis dalam kehidupan anak (Carmelita, 2022).

Pada salah satu buletin "*magazine USA*" yang menyatakan bahwa di Amerika sekarang ini sudah mulai mengganti paradigma lama menjadi baru yakni kehadiran ayah secara fisik dan psikologis dalam mendidik anak semakin populer dibicarakan, Ayah kini mengambil peranan begitu besar dalam aktivitas rumah tangga bahkan terdapat pernyataan bahwa para pria yang akan menjadi seorang ayah sudah menyiapkan cuti kerjanya guna memberikan waktu lebih besar untuk anaknya, baik peran secara aktif membentuk perkembangan emosi anak, menanamkan nilai-nilai hidup dan kepercayaan dalam keluarga. Sayangnya hal yang menginspirasi ini mendapat sedikit perhatian dari masyarakat Indonesia.(Fitroh, 2014)

Berdasarkan pernyataan menteri sosial Khofifah Indar Parawansa pada 2017 silam yang dilansir dari pontianakpost.jawapos.com mengungkapkan bahwa Indonesia berada di urutan ke-3 *Fatherless country* di dunia. Adapun pengertian dari *Fatherless country* adalah negara yang memiliki kecenderungan di mana peranan ayah minim terlibat secara signifikan dan hangat dalam kehidupan sehari-hari seorang anak. Krisis ayah ini terjadi lantaran paradigma masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa tugasnya ayah bekerja dan ibu yang bertugas menemani anak-anak.

Sosok ayah begitu penting dalam perkembangan seorang anak, terlebih lagi pada masa *golden age* yakni pada usia 0-5 tahun menurut sumber psyline.id *golden age* atau masa emas anak adalah masa penting untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan perkembangannya. Disaat-saat seperti inilah

peran orang tua sangat dibutuhkan, keduanya harus bekerja sama dalam membimbing anaknya sehingga pengalaman pertama yang mereka dapatkan pada masa balita akan terekam kuat di alam bawah sadar anak yang dapat menentukan sikapnya di kemudian hari.

Menjadi ayah yang baik tidak harus menjadi *superdad*. Ada hal-hal sederhana yang dapat dilakukan seperti, meluangkan waktu, mendengarkan curahan hati anak dan memberikan kehangatan kepada anak. Seorang anak yang dekat dengan ayahnya cenderung menjadi pribadi yang percaya diri dan mudah beradaptasi dengan lingkungan luar. Dilansir dari popmama.com, peranan penting yang dapat ayah lakukan dalam mendidik anaknya sebagai berikut ; 1) Mengajarkan prinsip-prinsip hidup dan kepemimpinan, 2) Mengajarkan bagaimana cara memecahkan masalah, 3) Mengajarkan moral dan tata krama dalam hidup dan, 4) Menjadi pendidik sekaligus teman bermain anak. Selanjutnya, penulis juga menambahkan faktor permasalahan berdasarkan hasil wawancara pada hari Kamis, 23 Februari 2023 dengan Ketua Cabang Biro Psikologi Palembang, Bapak Herman Amd.Kom., S.Psi., AAP, CHRM, CHI, CTR. menyatakan bahwa setelah beratus-ratus konseling dengan anak-anak, beliau menemukan kebanyakan kasus terdiri dari konflik anak dengan ayah dengan faktor penyebab utama ialah kurangnya perhatian dari ayahnya.

Faktor-faktor pemicu *fatherless* dapat terjadi dikarenakan pertama ditentukan oleh karakter yang bersifat individu yakni, sifat seorang ayah yang cuek, acuh tak acuh dan berpikiran bahwa tugas ayah adalah bekerja dan tugas ibu mengurus anak. Kedua Ditentukan oleh gen yang padadasarnya laki-laki menggunakan logika dan perempuan yang menggunakan perasaan. Hal ini juga dapat berpengaruh karena terkadang Ayah tidak dapat mengutarakan rasa sayang kepada anaknya dengan baik, faktor ini juga mempengaruhi Ayah yang kesulitan untuk bersikap dan bertutur kata lemah lembut seperti Ibu yang selalu menggunakan perasaan. Ketiga, faktor terakhir ini ditentukan oleh salah dalam mengambil keputusan yang berujung perceraian akibatnya anak yang harus menanggung dampaknya.

Dilansir dari liputan6.com Kota Palembang merupakan kota terbesar kedua di Pulau Sumatera, hidup di Kota Besar menandakan banyaknya rutinitas yang cukup padat dengan pertumbuhan penduduk yang juga besar hal ini

dibuktikan melalui data penduduk yang didapatkan di *website* Badan Pusat Statistik Kota Palembang yang menyatakan bahwa ada lebih dari 30 ribu penduduk berjenis kelamin laki-laki yang berarti ada calon ayah ataupun seorang ayah dari penghitungan tersebut. Berdasarkan hasil survey pengamatan sementara di Kota Palembang yang telah dilakukan melalui google form, 50% responden mengatakan pernah mengalami *fatherless*, 47,1% menjawab belum pernah dan 2,9% memilih opsi 1 (tidak dihitung suara) dan pada pertanyaan lainnya 100% menyetujui bahwa ayah juga harus berperan dalam perkembangan anaknya.

Berangkat dari permasalahan-permasalahan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa betapa pentingnya kampanye ini dilakukan khususnya di Kota Palembang dengan mengajak dan memberikan edukasi yang ditargetkan kepada para ayah dan laki-laki yang akan menjadi ayah di Kota Palembang. Untuk mewujudkan kampanye sosial ini, penulis berencana membuat karya visual dan komunikatif yang diterapkan pada media-media yang efektif. Adapun salah satu media utama yang telah ditentukan adalah papan permainan (*Board Game*) yang didesain khusus dan dimainkan oleh ayah bersama anaknya. Adapun harapan penulis dari dibuatnya perancangan ini adalah sebagai pemecah masalah dari *fatherless* yang terjadi di Kota Palembang dan serta diharapkan membantu menjalin keharmonisan hubungan antara ayah dan anak di Kota Palembang.

METODE PENELITIAN

Dalam membuat "Perancangan Kampanye Sosial *Stop Fatherless* pada Figur Seorang Ayah di Kota Palembang" membutuhkan metode *design thinking* sebagai metode pendekatan untuk memecahkan permasalahan yang berfokus kepada target audiens. Secara garis besar ada lima tahapan dalam proses *design thinking* yakni *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Pada tahapan *emphatize*, penulis mengumpulkan data dengan cara primer dan sekunder. Pengumpulan data secara primer didapat dari observasi, wawancara, kuesioner dan webinar. Adapun data yang dikumpulkan secara sekunder melalui sumber literatur seperti buku, jurnal, internet dan sosial media. Pada proses

define, penulis mengidentifikasi permasalahan dengan menggunakan analisis 5W+2H yang terdiri dari *What, Who, Why, When, Where, How dan How much*. Tahapan ketiga adalah ideate, penulis mengumpulkan ide-ide kreatif dan merencanakan media yang dibutuhkan. Selanjutnya pada proses *prototype* penulis membuat desain yang kemudian diaplikasikan ke media sebagai *mock up* untuk memberikan penggambaran sebelum hasil karya dalam kampanye sosial *stop fatherless* ditujukan kepada audiens. Tahapan terakhir adalah melakukan pengujian secara langsung kepada audiens yang dituju terhadap solusi yang telah dipilih.

HASIL DAN DISKUSI

A. Tinjauan Perancangan



Gambar 1 *The Sad Outcomes of being Fatherless*
Sumber: Behance.net

Infografis di atas didesain oleh Landon Johnson yang diunggahnya pada situs Behance.net dengan menyajikan informasi mengenai tentang suatu hasil dari penelitian yang menyatakan bahwa *fatherless* adalah permasalahan keluarga atau sosial yang paling signifikan di Amerika.



Gambar 2 *Father of The Fatherless*
Sumber: Behance.net

Poster di atas memiliki *headline* *Father of The Fatherless* dengan *subheadline* Psalm 68:5 karya Abdullah Iftthikar yang diunggahnya pada situs Behance.net. *Father of The Fatherless* merupakan kutipan dari *Bible* (Psalm 68:5).



Gambar 3 *Board Game dan Follow Up Media Ruang Batin*
Sumber: Behance.net

Pada perancangan *Board Game* Ruang Batin karya dari Afifah NR yang diunggah desainer pada situs Behance.net terdiri dari *Board Game* sebagai media utama dari perancangan ini, lalu media pendukungnya terdiri dari *merchandise* berupa kaos, sarung bantal, *sticker*, pena, buku, *totebag* dan cangkir plastik.

B. Kajian Teori Perancangan

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Menurut Shannon dan Weaver (1949), memahami bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain. Tidak terbatas pada penggunaan bahasa verbal saja, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, seni dan teknologi. Dalam prinsip information design, Armin Vit mengatakan bahwa seorang desainer harus mengorganisir dan menata informasi harus menjadi lebih mudah dimengerti, inovatif, berkiasan, efisien dan memikat masyarakat.

2. Teori Kampanye Sosial

Berdasarkan prinsipnya kampanye merupakan suatu proses berkomunikasi secara individu maupun kelompok yang dilakukan secara terlembaga yang memiliki tujuan untuk memiliki dampak tertentu (Pangestu, 2019). Charles U. Larson mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat tentang adanya beragam masalah sosial yang bersifat non komersil. Dan terakhir pendapat menurut Roger dan Storey (1987) kampanye merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang terencana yang bertujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye yang digunakan pada perancangan ini adalah kampanye sosial, adapun pengertian kampanye sosial merupakan seni persuasi yang bertujuan mengubah kebiasaan, pola pikir, nilai atau prasangka di masyarakat (Egie E. Yusadhi and Mansoor, 2020).

3. Teori Semiotika

Menurut Charles Sander Pierce, tanda merupakan suatu hal yang dimana bagi seseorang tanda tersebut dapat mewakili hal yang lain dalam hal tertentu (Patriansyah, 2014). Pierce membagi tanda menjadi tiga unsur pokok yaitu *representamen*, objek dan *interpretan*. Khususnya didalam bidang desain, semiotika digunakan sebagai paradigma baik dalam suatu pembacaan (reading) maupun penciptaan (creating). Hal ini terjadi sebab wacana desain cenderung untuk melihat objek-objek desain sebagai fenomena Bahasa yang didalamnya terdiri dari sebuah tanda (sign), pesan yang ingin disampaikan (message), aturan atau kode yang mengatur (code), serta orang-orang yang terlibat didalamnya sebagai subjek bahasa (Patriansah, 2022).

4. Teori Estetika

Dalam beberapa buku estetika, bentuk seni sering dibahas secara rinci. Misalnya, A.A.M Djelantik didalam bukunya yang berjudul "Estetika Sebuah Pengantar" yang menjelaskan bahwa estetika merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan dan juga yang mempelajari aspek dari suatu keindahan. (Mubarat and Iswandi, 2018)

C. Gagasan Perancangan

Pada perancangan ini menggunakan *big idea* berupa ayah dan anak yang merupakan objek dari perancangan kampanye sosial *stop fatherless* dengan tujuan utamanya yaitu menambah keharmonisan hubungan antara ayah dan anak. Gagasan kreatif ini berupa ilustrasi yang diterapkan di hampir semua media yang digunakan.

1. Ayah

Ayah memiliki definisi yang berbeda tiap budaya, hal ini terjadi lantaran kelompok budaya membentuk definisi mengenai fungsi pengasuhan yang berbeda baik dari ayah maupun ibu. Keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak dibagi oleh Lamb, dkk menjadi 3 komponen yaitu:

- a. *Paternal engagement* : pengasuhan yang melibatkan interaksi langsung antara ayah dan anaknya, misalnya lewat bermain, mengajari sesuatu atau aktivitas santai lainnya.
- b. Aksesibilitas atau ketersediaan berinteraksi dengan anak pada saat dibutuhkan saja. Hal ini bersifat temporal.
- c. Tanggung jawab dan peran dalam hal menyusun rencana pengasuhan bagi anak. Pada Komponen ini ayah tidak terlibat dalam pengasuhan (interaksi) dengan anaknya (Parmanti and Purnamasari, 2015).

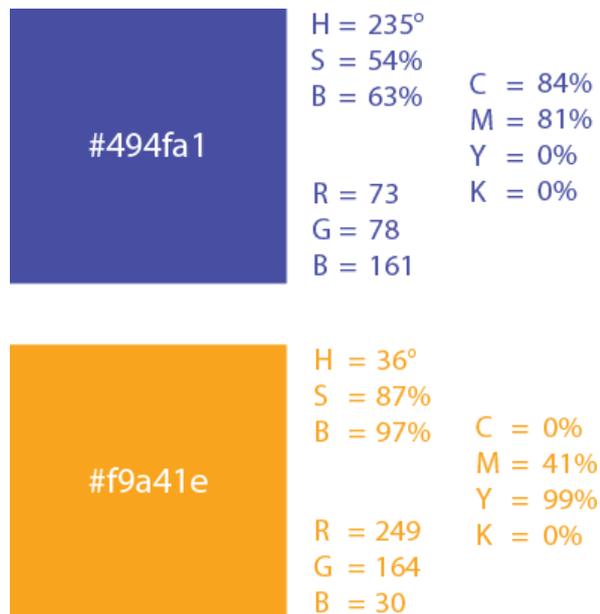
Menurut J.Verkuyl, peran seorang ayah pada tahun-tahun pertama dalam kehidupan anak adalah memantu ibu memberikan perawatan. Fungsi seorang ayah adalah hidup dan bekerja pada perbatasan antara keluarga dalam masyarakat, antara "dalam" dan "luar". Ayah yang memperkenalkan dan membimbing anak-anaknya untuk berhadapan dengan dunia luar atau kehidupan bermasyarakat (Herman Elia, 2000).

2. Anak

Anak adalah anugerah Tuhan Yang Maha Kuasa yang dimana anak itu dititipkan kepada orangtuanya untuk dijaga, dididik sebagai bekal sumber daya dan anak juga merupakan kekayaan yang tidak ternilai harganya. Secara harfiah anak merupakan cikal bakal yang kelak akan meneruskan generasi keluarga, bangsa dan negara (Habibillah, 2017). Semakin baik kepribadian seorang anak dimasa sekarang maka semakin baik pula kehidupan kelanjutan generasi bangsa

di masa datang. Kedudukan atau posisi anak dalam keluarga bermacam-macam hal ini ditentukan berdasarkan urutan kelahirannya. Ada anak sulung yang merupakan panggilan untuk anak yang lahir pertama, anak kedua, anak ketiga dan sampai anak bungsu yang merupakan anak yang terakhir dilahirkan didalam sebuah keluarga (Zola, Ilyas and Yusri, 2017).

3. Warna



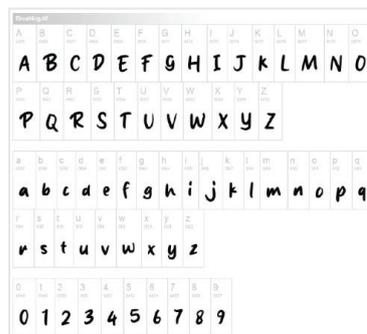
Gambar 4 Warna Terpilih
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

4. Tipografi

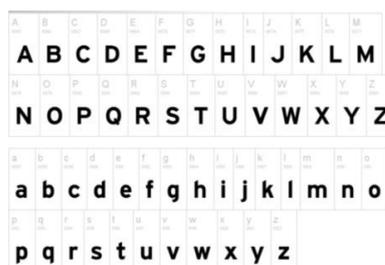
Adapun jenis *font* yang dipilih dalam perancangan ini adalah jenis *font handwritten* dan *font sans serif*. Kedua jenis *font* ini digunakan karena dianggap mampu membantu memberikan kesan natural, tegas dan mampu terbaca dengan baik. Font tersebut meliputi *hit the road*, *bitcheese*, *breaking* dan *chivo*.



Gambar 5 Font Bitcheese
 Sumber: Sc Dafont.com



Gambar 6 Font Breaking
 Sumber: Sc Dafont.com



Gambar 7 Font Hit The Road
 Sumber: Sc Dafont.com

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
1234567890
.,?!></}{[;:'~`"*&%#@*

Gambar 8 Font Chivo
 Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

D. Visualisasi Desain

1. Logo Kampanye *Stop Fatherless*



Gambar 9 Final Design Logo *Stop Fatherless*
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

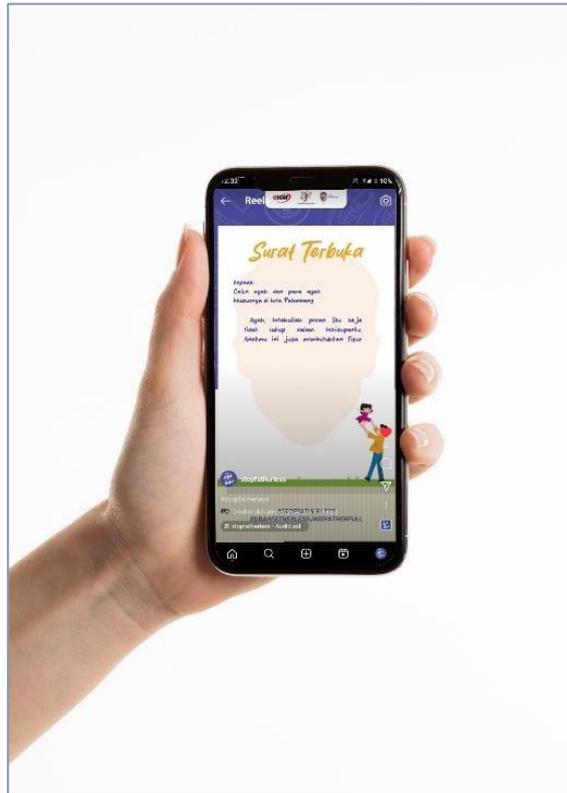
2. Pemilihan Media

a. Poster Cetak (*Pre Media*)



Gambar 10 *Mock Up* Poster Cetak A2
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

b. *Video Reels Instagram (Pre-Media)*



Gambar 11 Mock Up Video Reels Instagram
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

c. *Board Game (Main Media)*



Gambar 12 Mock Up Board Game *Masih Fatherless?*
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

e. Gantungan Kunci (*Follow-Up Media*)



Gambar 15 *Mock Up* Gantungan Kunci
Sumber: Adevia Nurhawa, 2023

KESIMPULAN

Fatherless merupakan penyebutan yang ditujukan kepada para ayah yang tidak hadir dalam pertumbuhan seorang anak. Di Indonesia *fatherless* memiliki status antara ada dan tiada, kenapa demikian? Faktor budaya menjadi penentu besar yang mengakibatkan persoalan *fatherless* ini banyak terjadi namun dipandang sebelah mata. Seperti yang kita ketahui sebelumnya menteri sosial pernah mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan *Fatherless Country* ke-3 di dunia, berita ini menimbulkan keresahan bagi penulis sehingga berkeinginan untuk menjadi *problem solver* dibalik permasalahan ini.

Beberapa kasus *fatherless* yang terjadi dilingkungan sekitar penulis, menjadi alasan lainnya bagi penulis untuk mengangkat tema perancangan ini agar dapat meminimalisir kasus terjadinya *fatherless* di Kota Palembang. Penulis sengaja memilih judul bertemakan kampanye sebagai ajakan yang dapat memberikan kesadaran bagi para ayah untuk berhenti *fatherless* dan mengedukasi calon ayah untuk mencegah *fatherless* di masa yang akan datang. Dengan adanya kampanye sosial *stop fatherless* yang telah berhasil perancang lakukan dengan berhadapan langsung ke target audiens pada beberapa waktu lalu mampu memberikan edukasi kepada ayah dan calon ayah yang

datang dengan penerapan media yang sudah terpajang dan *merchandise* yang bisa dibawa pulang sebagai media pengingat bagi audiens.

Adapun saran yang dapat penulis berikan mengenai perancangan ini adalah kepada perancang lainnya yang ingin merancang dengan tema serupa agar dapat mengembangkan kampanye sosial ini dengan lebih baik lagi. Saran lainnya tertuju kepada Dinas Sosial Kota Palembang bahwa penulis berharap permasalahan *fatherless* di Kota Palembang bisa dianggap lebih serius demi upaya penghentian *fatherless* dan pencegahan terjadinya *fatherless*. Tidak lengkap rasanya jika hanya pemerintah kota yang bergerak untuk menyelesaikan permasalahan *fatherless* di Kota Palembang, penulis juga memberikan saran kepada seluruh masyarakat Kota Palembang untuk bersama-sama berupaya meminimalisir kasus *fatherless* yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin.2017.Mensos: Indonesia Ranking 3 *Fatherless Country* di Dunia
<https://wartaekonomi.co.id/read149193/mensosindonesiaranking-3-fatherless-country-di-dunia%C2%A0>
- Egie E. Yusadhi and Mansoor, A.Z. (2020) 'Kajian Kampanye Sosial World Wildlife Fund: the Last Selfie', *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), pp. 130–137. Available at: <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.559>.
- Fitroh, S.F. (2014) 'Dampak *fatherless* terhadap prestasi belajar', *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo*, 1(2), pp. 74–146.
- Habibillah, B. (2017) 'Status Nasab dan Nafkah Anak yang Dili'an Menurut Hukum Islam dan Hukum Perdata Indonesia (Studi Komparatif)', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. Available at: http://repository.radenintan.ac.id/1355/3/BAB_II.pdf.
- Halim, B. and Yulius, Y. (2021) 'Food Photography Pada Iklan Di Instagram', *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1), pp. 14–22. Available at: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1338>.
- Herman Amd.Kom., S.Psi., AAP, CHRM, CHI, CTR (40 tahun.), psikolog, wawancara tanggal 23 Februari 2023, di SMK Muhammadiyah 2, Palembang.
- Herman Elia (2000) 'Peran ayah dalam mendidik anak', *Veritas: Jurnal Teologi dan Pelayanan*, 1(April), pp. 105–113.

- Mubarat, H. and Iswandi, H. (2018) 'Aspek-Aspek Estetika Ukiran Kayu Khas Palembang', *Jurnal Ekspresi Seni*, 20, pp. 139–152. Available at: <https://journal.isipadangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/view/403/295>.
- Muhammad Alamsyah Try, P., Nataniel, D. and Andi, S. (2017) 'Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi Motion Graphic', *Prosiding SAKTI (Seminar Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi)*, 2(1), pp. 60–67.
- Pangestu, R. (2019) 'Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual', *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2), pp. 159–165. Available at: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>.
- Parmanti, P. and Purnamasari, S.E. (2015) 'Peran Ayah Dalam Pengasuhan Anak', *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 17(2), p. 81. Available at: <https://doi.org/10.26486/psikologi.v17i2.687>.
- Patriansah, M. et al (2022) 'Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Rinso " Yuk Mulai Bijak Plastik!"', *JURNAL DESAIN & SENI NARADA*, 9, pp. 287–306. doi: 10.2241/narada.2022.v9.i3.004.
- Patriansyah, M. (2014) 'Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Karya Patung Rajudin Berjudul Manyeso Diri', *Ekspresi Seni*, 16(2), p. 239. doi: 10.26887/ekse.v16i2.76.
- Zola, N., Ilyas, A. and Yusri, Y. (2017) 'Karakteristik Anak Bungsu', *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 5(3), pp. 109–114. Available at: <https://doi.org/10.29210/120100>.
- Admin.2017.Mensos: Indonesia Ranking 3 *Fatherless Country* di Dunia <https://wartaekonomi.co.id/read149193/mensosindonesiaranking-3-fatherless-country-di-dunia%C2%A0>