

TINJAUAN VISUAL KAOS SEKALI.CO SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL LINGKUNGAN

Moh Cholisatur Rizaq¹, Sunarmi²

Seni Program Magister Pengkajian Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta
e-mail : rzaq07@gmail.com¹, sunarmi.interior67@gmail.com²

Diterima : 14 Mei 2022. Disetujui : 12 Juni 2022. Dipublikasikan : 22 Juni 2022



©2022 – DESKOVI Universitas Maarif Hasyim Latif. Ini adalah artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRAK

Kaos tidak hanya digunakan sebagai pakaian yang melindungi badan. Kaos juga sebagai media komunikasi dengan mengirimkan pesan dan bisa menjadi alat kampanye sosial untuk mengungkapkan keprihatinan tentang perubahan iklim dan masalah lingkungan serius. *Brand* Kaos Sekali.co menggunakan kaos sebagai media untuk mengkomunikasikan kampanye sosial lingkungan. Kaos Sekali.co yang diteliti yaitu kaos “Jurashit Park” Edisi Pengawahutan dan kaos “Stop Overexploit” untuk membedah makna dan komunikasi yang berada pada visual kaos tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil analisis terhadap ilustrasi visual kaos dari *brand* sekali.co yaitu Ilustrasi visual kaos Sekali.co “Jurashit Park” merupakan sebuah kampanye sosial kritikan terhadap pembangunan wisata Jurassic Park dan dilakukan di Taman Wisata Komodo. Ilustrasi visual kaos Sekali.co “Stop Overexploit” merupakan sebuah kampanye sosial lingkungan kritikan dan kepedulian terkait dengan eksploitasi yang berlebihan terhadap sumber daya alam sehingga menyebabkan salah satu spesies di dunia yaitu *Chinese Paddlefish* punah.

Kata kunci: kaos, ilustrasi, semiotika, kampanye sosial lingkungan

ABSTRACT

T-shirts are not only used as clothing that protects the body. T-shirts are also a medium of communication by sending messages and can be a media for social campaigns to express concerns about climate change and serious environmental problems. The Sekali.co brand uses t-shirts as a medium to communicate social and environmental campaigns. The Sekali.co t-shirts studied were the “Jurashit Park” T-shirt, Pengawahutan Edition and the “Stop Overexploit” T-shirt to reveal the meaning and communication in the visual of the t-shirt. This study uses descriptive qualitative research with the semiotic theory of Charles Sanders Peirce. The results of the analysis of the visual illustration of the Sekali.Co t-shirt, namely the visual illustration of the t-shirt “Jurashit Park” is a social campaign that criticizes the development of Jurassic Park tourism and is carried out at the Komodo Tourism Park. The visual illustration of the “Stop Overexploit” t-shirt is a social campaign for environmental criticism and concern related to the overexploitation of natural resources, causing one of the world's species, the Chinese Paddlefish, to become extinct.

Keyword: T-Shirts, Illustrations, Semiotics, Environmental Social Campaigns

PENDAHULUAN

Kaos merupakan pakaian untuk menutupi maupun melindungi badan. Semula, kaos hanyalah dikenakan sebagai pakaian dalam atau kaos dalam. Debut pertama kaos Ketika dipakai oleh tentara Angkatan Laut Amerika pada perang dunia pertama (tahun 1914-1918) dan menjadi pakaian dalam resmi oleh seluruh tentara amerika. Tahun 1950-an di dalam dunia perfilman, John Wayne, Marlon Brando, dan James Dean membuat debutan kaos pertama kali

sebagai pakaian luar dan menjadi histeria dari media TV nasional Amerika. (Jumanta, 2004, p. 6)

Pertumbuhan trend kaos semakin cepat. Di era 1980 dan 1990-an produksi kaos dan mekanik cetaknya meningkat pesat, baik dilihat dari segi kuantitas maupun kualitas. Kaos tersedia dimana saja dan masuk sebagai komoditas dalam *industry apparel*.

Kaos tidak hanya sebagai pakaian saja tetapi berkembang menjadi sarana untuk mengajak orang lain berkomunikasi dengan mengirimkan pesan tentang fashion, gaya hidup, atau membuat pernyataan pribadi, sosial, atau politik. Mereka juga digunakan sebagai alat

kritik ironis, parodi, dan 'adbusting' (*adbuster* adalah kelompok seni jalanan yang 'bust' dengan memfitnah, memparodikan, menata ulang iklan korporat atau politik untuk mengubah maknanya menjadi sebaliknya dan untuk mencela mereka). Terakhir, namun tidak kalah pentingnya, mereka dapat digunakan sebagai alat untuk mengungkapkan keprihatinan tentang perubahan iklim dan masalah lingkungan serius lainnya (Pogner, 2014, p. 284).

Seperti halnya pada organisasi Greenpeace dan WWF (World Wide Fund for Nature), merupakan sebuah organisasi yang bergerak di bidang lingkungan. Organisasi tersebut menggunakan media kampanye salah satunya melalui kaos untuk meningkatkan *awareness* terhadap permasalahan lingkungan di dunia. Pemerintah juga seharusnya ikut andil dalam permasalahan lingkungan namun fakta di lapangan banyak terjadi hal yang membuat rusaknya lingkungan terkait kebijakan pemerintah itu sendiri. Dengan meningkatnya kekuatan, muncul tanggung jawab yang besar juga. Masyarakat melihat pemerintah mereka menyerahkan kekuasaan yang lebih besar kepada perusahaan dan akibatnya harapan mereka pada perilaku perusahaan yang bertanggung jawab ternyata mengalami ketidaksesuaian pada realita di lapangan. Masyarakat tidak dapat memilih pemimpin perusahaan yang tidak termasuk dalam perusahaan tersebut, tetapi kelompok kampanye seperti Greenpeace menemukan bahwa menggunakan kekuatan masyarakat di pasar adalah kunci perubahan politik (Gueterbock, 2004).

Media komunikasi seperti kaos sangat berperan penting dalam meningkatkan *awareness* terkait dengan permasalahan lingkungan. Kaos merupakan media yang mudah didapat atau dibeli oleh masyarakat. Disamping itu, kaos juga dianggap sebagai bagian dukungan terhadap gerakan tertentu pada pemakainya. Saat ini, hampir setiap perusahaan / label dapat mencetak nama, logo, atau slogannya di kaos sebagai kontribusi terhadap programnya (Pogner, 2014, p. 288). Selain 2 organisasi besar Greenpeace dan WWF (World Wide Fund for Nature), beberapa brand kaos juga mengambil media kaos sebagai komunikasi terkait lingkungan. Salah satunya yaitu sekali.co

Sekali.co merupakan sebuah brand kaos yang menyuarakan mengenai ECO, Culture, & Adventure. Sejak tahun 2019, Sekali.co telah menciptakan beberapa kaos bertema kepedulian lingkungan. Selain dari ilustrasi visual, kaos Sekali.co juga menggunakan bahan kaos yang ramah lingkungan. Hal ini harus dilakukan dan relevan karena visual yang diusung juga berkaitan dengan protes terhadap permasalahan lingkungan. Desain untuk kelestarian lingkungan berkaitan dengan meminimalkan kerusakan lingkungan alam, penggunaan sumber daya alam dan dengan penciptaan produk yang akan memiliki dampak ekologi yang rendah atau tidak sama sekali (Asin, 2020, p. 140)

Konsep dari ilustrasi kaos Sekali.co merupakan kritik dan kepedulian terhadap keadaan lingkungan. Ilustrasi sendiri merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan terhadap

maksud ataupun tujuan secara visual (Kusrianto, 2007, p. 140). Kaos Sekali.co yang akan diteliti dan dianalisis yaitu Kaos Sekali.co "Jurashit Park" Edisi Pengawahutanan dan Kaos Sekali.co "Stop Overexploit".

Untuk membedah visual dari 2 kaos tersebut peneliti menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Peirce. Metode ini untuk mengungkapkan bagaimana bentuk komunikasi yang ada di visual kaos Sekali.Co

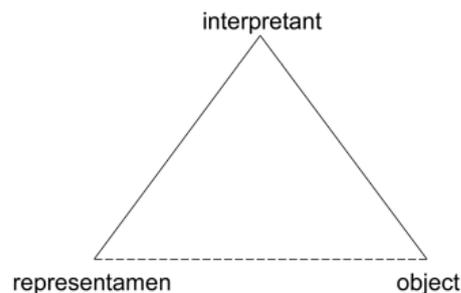
METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Alur penelitian ini yaitu pertama, adalah pengumpulan data. Data yang diperlukan adalah gambar kaos Sekali.co Kaos Sekali.co "JURASHIT PARK" Edisi Pengawahutanan dan Kaos Sekali.co "STOP OVEREXPLOIT". Kedua, hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan teori Semiotika Peirce. Ketiga, setelah dilakukan analisis, kemudian hasil penelitian dideskripsikan.

Semiotika, tanda secara tradisional didefinisikan sebagai sesuatu yang 'berdiri untuk' (atau mewakili) sesuatu yang lain. Hal tersebut bisa berupa bentuk apapun atau kata, gambar, suara, bau, rasa, tindakan, peristiwa, objek, atau apa pun (Chandler, 2022, p. 2). Teori Charles Sanders Peirce berangkat dari 3 elemen utama yang sering disebut dengan teori segitiga Peirce. Semiotika Peirce terdiri dari Object, Representament, dan Interpretant (Chandler, 2022, p. 31).

1. Representament adalah bentuk nyata yang dapat diambil dan ditangkap oleh panca indera manusia yang merujuk dari sebuah tanda atau kendaraan tanda..
2. Acuan tanda (*Object*) yaitu sesuatu yang dirujuk oleh tanda (*referent*), atau yang diwakilinya.
3. Seorang penafsir atau pengguna tanda (Interpretant) yaitu konsep pemikiran dari orang yang dihasilkan oleh tanda atau makna yang dibuat darinya

Pemikiran Peirce terkait dengan relasi antara Object, Representament, dan Interpretant digambarkan pada model Segitiga Peirce berikut ini



Gambar 1. Model Semiotika Peirce (Chandler, 2022, p. 32)

Relasi tanda terkait dengan *object* tidak hanya berhenti pada relasi seperti yang dijelaskan oleh Ferdinand De Saussure yaitu petanda dan penanda. Konsep dari Peirce membagi *object* menjadi tiga perbedaan relasi yaitu

1. Ikon

Tanda yang memiliki kemiripan atau imitasi (Melibatkan beberapa kualitas yang dapat dikenali seperti tampilan, suara, perasaan, rasa, atau bau). Contoh : peta, lukisan)

2. Indeks

Tanda yang mempunyai keterkaitan fenomenal (peristiwa) dan eksistensial (bukti kehadiran) diantara representamen dan objeknya. Seperti contoh : jejak kaki merupakan indeks dari seseorang yang lewat), Ketukan pintu merupakan indeks dari kedatangan tamu)

3. Simbol

Tanda yang bersifat konvensional (kesepakatan sosial) contoh : bendera nasional, simbol kebahasaan, traffic light (Chandler, 2022, pp. 42–43)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kaos Sekali.co “JURASHIT PARK”

Ilustrasi Kaos Sekali.co kaos “JURASHIT PARK” Edisi Pengawahatanan digambarkan ada visual hewan *Jurassic* atau dinosaurus sebagai elemen utama. Kemudian terdapat simbol mata uang Yen dari negara Jepang. Elemen visual lainnya yaitu bangunan dan hewan Komodo. Terdapat teks yang berada dalam ilustrasi yaitu Jurashit Park!. Segi warna didominasi oleh warna merah sebagai latar belakang membentuk lingkaran kemudian warna coklat yang berada pada dinosaurus dan Komodo. Warna putih untuk simbol mata uang Yen dan Jurashit Park! serta pada sedikit aksesoris lain di bagian bawah ilustrasi



Gambar 2. Kaos Sekali.co kaos “JURASHIT PARK” Edisi Pengawahatanan (Sumber : Instagram Sekali.co)

Selanjutnya akan dilakukan klasifikasi tanda dari objek tersebut. Dari hasil klasifikasi objek dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Penjelasan tanda menurut klasifikasi Objek pada kaos JURASHIT PARK Edisi Pengawahatanan

Jenis Tanda	Penjelasan	Identifikasi Tanda
Ikon	Tanda yang mempunyai hubungan dengan objek karena serupa, seperti peta, potret	1. Hewan Komodo 2. Hewan Dinosaur / Jurassic
Indeks	Kedekatan eksistensi antara tanda dengan objek yang mempunyai sifat kausal (hubungan sebab akibat)	1. Pulau Komodo 2. Gedung / Bangunan
Simbol	Terkait dengan hubungan alamiah antara penanda dan petanda berdasarkan perjanjian masyarakat / persetujuan antara para pemakai tanda	1. Icon mata uang Yen 2. Warna Merah 3. Teks “Jurashit Park”

Klasifikasi tanda pada objek jenis ikon didapatkan dua tanda yaitu (1) Hewan Komodo dan (2) Jurassic / Dinosaur. Disini terlihat dari kemiripan anatomi hewan komodo dan dinosaurus.

Komodo atau *Varanus Komodoensis* merupakan hewan endemik yang saat ini sudah jarang ditemui dan terancam punah. Hewan ini bisa ditemukan di Nusa Tenggara Timur. Komodo menjadi satu hewan langka yang dilindungi. Semakin menurunnya populasi reptil besar ini membuat Uni Internasional untuk Konversi Alam (IUCN) mengubah status Komodo dari rentan menjadi terancam punah. Dari segi fisik, Komodo ini mirip seperti biawak namun lebih besar dan Panjang (Siti Nur Aeni, 2021).

Dinosaur adalah hewan purba yang muncul pertama kali sekitar 230 juta tahun yang lalu. Dinosaur digambarkan bentuk fisik seperti kadal yang mengerikan walaupun dinosaur bukan merupakan jenis kadal dan bertubuh sangat besar. Diketahui masa hidup Dinosaur pada zaman mesozoikum yang berlangsung pada 250 sampai 65 juta tahun yang lalu. (Siti Nur Aeni, 2022)

Klasifikasi tanda pada objek jenis indeks didapatkan hasil yaitu (1) Pulau Komodo dan (2) Gedung / bangunan

Taman Nasional Komodo adalah salah satu taman nasional tertua di Indonesia. Didirikan pada tanggal 6 Maret 1980, dengan tujuan untuk menjaga kelestarian hidup satwa biawak komodo (*Varanus komodoensis*) bersama dengan alam sekitarnya. Taman Nasional Komodo memiliki luas wilayah total sebesar 173.000 Ha yang meliputi wilayah terestrial maupun

perairan. Berdasarkan Data Taman Nasional Komodo tahun 2018, terdapat +- 2.872 ekor biawak komodo yang hidup di dalam kawasan. (Balai Taman Nasional Komodo, n.d.). Tanda ini didapatkan karena terdapat objek icon Komodo. Hewan tersebut banyak ditemui di Kawasan Taman Nasional Komodo.

Gedung atau bangunan ini adalah indeks dari proyek pembangunan fasilitas oleh pemerintah yang mengacu teks “Jurashit Park”. Proyek ini dibangun sebagai wisata.

Klasifikasi tanda pada objek jenis simbol didapatkan hasil yaitu (1) Ikon mata uang Yen negara Jepang, (2) Warna merah, dan (3) Teks “Jurashit Park”

Simbol mata uang Yen merupakan mata uang resmi negara Jepang. Selanjutnya Warna merah merupakan simbol dari kehancuran. Merah biasanya diibaratkan sebagai warna darah atau api yang identik dengan kehancuran.

Kata Jurashit Park merupakan kata yang diparodikan dari kata Jurassic Park. Jurassic Park sendiri awalnya merupakan sebuah film sains fiksi yang diadaptasi dari novel Jurassic Park karya Michael Crichton. Taman Wisata Universal Studio mengadaptasi Jurassic Park ini sebagai bagian dari wahannya di Jepang. Wahana ini menampilkan dinosaurus buatan dalam bentuk animatronik. Meskipun tidak nyata, namun dengan bantuan teknologi menjadi terlihat nyata. Kata Shit dalam Jurashit Park sendiri didefinisikan sebagai kata omong kosong yang merujuk pada proyek Jurassic Park.

Setelah dilakukan klasifikasi tanda menurut objek kemudian hasil interpretasi dari kaos “Jurashit Park” dari *brand* sekali.co yaitu kritikan terhadap proyek pembangunan Jurassic Park di wilayah Taman Nasional Komodo. Simbol mata uang yen digunakan untuk mendeskripsikan bahwa Jurassic Park yang dibangun tersebut akan terlihat sama atau menyerupai yang berada di Japan. Tidak ada hal yang menguntungkan bagi ekosistem kecuali hanya digunakan sebagai wisata. Visual Komodo menekankan bahwa area tersebut merupakan Taman Nasional Komodo. Teks “Jurashit Park” sangat terlihat jelas merupakan sindiran dan kritikan pada proyek omong kosong pemerintah terkait pembangunan Jurassic Park. Meskipun dengan tujuan menarik wisatawan, pembangunan ini dikhawatirkan akan berdampak buruk pada lingkungan ekosistem habitat hewan khususnya Komodo. Warna merah pada ilustrasi juga menggambarkan kehancuran Taman Nasional Komodo. UNESCO juga sudah memperingatkan bahwa pembangunan Jurassic Park ini jika dilanjutkan akan mempunyai dampak buruk bagi lingkungan (Gunadha, 2021).

B. Kaos Sekali.co “STOP OVEREXPLOIT”

Ilustrasi Kaos Sekali.co kaos “STOP OVEREXPLOIT” digambarkan visual utama berupa kapal ikan yang berukuran besar dengan hewan sejenis ikan yang digenggam oleh tangan. Visual ikan tersebut

merupakan visual dari ikan *Chinese Paddlefish*. Terdapat beberapa tulisan di ilustrasi tersebut. Tulisan yang berukuran besar bertuliskan “Stop Overexploit”, kemudian dilanjut dengan tulisan yang berukuran sedang dan kecil yaitu tulisan Jalawira X Sekali.co, Teks “ Ikan Air Tawar terbesar di dunia punah, teks “Psephurus gladius”. Warna didominasi dengan warna putih kemudian ada warna biru hijau pada ikan dan beberapa tulisan.



Gambar 3. Kaos Sekali.co “STOP OVEREXPLOIT”
(Sumber : Instagram Sekali.co)

Selanjutnya akan dilakukan klasifikasi tanda dari objek tersebut. Dari hasil klasifikasi objek dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Penjelasan tanda menurut klasifikasi Objek pada kaos “STOP OVEREXPLOIT”

Jenis Tanda	Penjelasan	Identifikasi Tanda
Ikon	Tanda yang mempunyai hubungan dengan objek karena serupa, seperti peta, potret	1. Kapal Ikan 2. Ikan <i>Chinese Paddlefish</i>
Indeks	Kedekatan eksistensi antara tanda dengan objek yang mempunyai sifat kausal (hubungan sebab akibat)	1. Ilustrasi tangan menggenggam ikan
Simbol	Terkait dengan hubungan alamiah antara penanda dan petanda berdasarkan perjanjian masyarakat / persetujuan antara para pemakai tanda	1. Teks “Stop OverExploit” 2. Teks “Jalawira X Sekali.co” 3. Teks “ Ikan Air Tawar

		<p>terbesar di dunia punah</p> <p>4. Teks “<i>Psephurus gladius</i>”</p>
--	--	--

Klasifikasi tanda pada objek jenis ikon didapatkan hasil yaitu (1) Kapal Ikan dan (2) Ikan *Chinese Paddlefish*

Kapal ikan atau kapal penangkap ikan adalah perahu yang difungsikan sebagai alat untuk menangkap ikan. Jika berukuran besar, biasanya digunakan di lautan lepas untuk menangkap ikan dalam jumlah besar. Dari visual yang ada di ilustrasi kaos, identik dengan kapal berukuran besar. Terlihat dari bentuk badan kapal, tiang kapal, tali kapal, dan alat penangkap ikan yang berada dalam kapal.

Ikan *Chinese Paddlefish* merupakan jenis ikan dayung dan hewan endemik di sekitar Sungai Yangtze. Ikan ini hidup di perairan air tawar. Ikan ini dikategorikan sebagai ikan air tawar terbesar di dunia. Dari segi fisik, Ikan ini memiliki lebar maksimal 300 cm dan berat maksimal yang dipublikasikan yaitu 300 Kg. Karakteristik dari ikan ini yaitu kepala panjang dan moncong yang sangat panjang serta memiliki mulut yang besar (Martens, 1862).

Klasifikasi tanda pada objek jenis indeks didapatkan hasil yaitu ilustrasi tangan mengengam ikan. Genggaman diartikan sebagai hal yang berlebihan oleh manusia terhadap ikan sehingga mengalami kepunahan. Didukung dengan teks “ Stop Overeksploit” dan teks “Ikan air tawar terbesar di dunia punah”.

Klasifikasi tanda pada objek jenis simbol didapatkan hasil yaitu (1) Teks “Stop Overexploit”, (2) Teks “Jalawira X Sekali.co”, (3) Teks “ Ikan Air Tawar terbesar di dunia punah dan (4) Teks “*Psephurus Gladius*”.

Teks “Stop OverExploit” merupakan sebuah kritikan keras terkait dengan eksploitasi yang berlebihan terhadap sumber daya.

Teks “Jalawira X Sekali.co” merupakan identitas *brand* yaitu Sekali.co dan huruf X merupakan lambang kolaborasi bersama Jalawira.

Teks “Ikan air tawar terbesar di dunia punah” merupakan penekanan dari visual ikan pada ilustrasi yang memang sudah punah kemudian didukung teks “*Psephurus Gladius*” yang merupakan nama latin dari jenis ikan *Chinese Paddlefish* pada gambar di ilustrasi tersebut.

Setelah dilakukan klasifikasi tanda menurut objek kemudian hasil interpretasi dari kaos “Overexploit” dari *brand* sekali.co yaitu kritikan keras terhadap eksploitasi sumber daya alam oleh manusia. Dalam visual tersebut digambarkan spesies ikan air tawar terbesar di dunia yaitu *Chinese Paddlefish* atau ikan dayung china akibat eksploitasi yang berlebihan. Terlihat dari gambar kapal ikan yang besar sanggup menampung tangkapan ikan dengan jumlah banyak

didukung dengan visual tangan yang mengengam ikan merupakan simbol eksploitasi berlebihan mengakibatkan spesies ikan tersebut punah. Teks “Stop Overexploit” merupakan kritikan yang bertujuan menghentikan tindakan eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya. Tidak dapat dipungkiri jika hal ini berkelanjutan akan ada banyak spesies lainnya yang terancam punah. Teks pendukung lainnya yang terdapat pada ilustrasi merupakan pendukung penyampaian informasi. Spesies terakhir ikan *Chinese Paddlefish* yang terlihat pada tahun 2003 saat dilakukan penelitian dengan memasang alat pelacak yang ditempelkan pada ikan dan dilepas di perairan. (Widyaningrum, 2020).

PENUTUP

Sekali.co merupakan *brand* yang mengusung ilustrasi dengan pesan-pesan kampanye sosial kepedulian lingkungan. Terlihat dari kedua ilustrasi visual kaos Sekali.co yang dianalisis, merupakan sebuah kritikan dan kepedulian terhadap keadaan lingkungan di bumi ini. Pemilihan elemen visual dengan komunikasi yang disampaikan sangat relevan dengan fenomena lingkungan yang terjadi.

Hasil analisis terhadap ilustrasi visual dari dua kaos dari brand sekali.co yang dibedah menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce yaitu

1. Ilustrasi visual kaos Sekali.co “JURASHIT PARK” merupakan sebuah kampanye sosial kritikan terhadap pembangunan wisata Jurassic Park dan dilakukan di Taman Wisata Komodo. Pembangunan tersebut dikhawatirkan berdampak buruk pada ekosistem dan merusak lingkungan
2. Ilustrasi visual kaos Sekali.co “STOP OVEREXPLOIT” merupakan sebuah kampanye sosial lingkungan kritikan dan kepedulian terkait dengan eksploitasi yang berlebihan terhadap sumber daya alam sehingga menyebabkan salah satu spesies di dunia yaitu *Chinese Paddlefish* punah. Kampanye sosial lingkungan ini menghimbau untuk menghentikan aksi eksploitasi yang berlebihan. Jika tidak dihentikan, maka spesies lain juga akan terancam punah.

DAFTAR PUSTAKA

- Asin, I. (2020). Design and Sustainable Development: Beyond Aesthetic and Functional Qualities. In L. Scherling & A. DeRosa (Eds.), *Ethics in Design and Communication : Critical Perspectives*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Balai Taman Nasional Komodo. (n.d.). *Profil Taman Nasional Komodo*.
[Http://Ksdae.Menlhk.Go.Id/Tn/Field/Komodo/#informasi](http://Ksdae.Menlhk.Go.Id/Tn/Field/Komodo/#informasi).
- Chandler, D. (2022). *Semiotics : The Basics* (Fourth). Routledge.

- Gueterbock, R. (2004). Greenpeace campaign case study — StopEsso. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(3), 265–271.
<https://doi.org/10.1002/cb.139>
- Gunadha, R. (2021, August 7). *Ditentang UNESCO, Proyek Jurassic Park di Pulau Komodo Tetap Lanjut*.
<https://www.suara.com/news/2021/08/07/182900/ditentang-unesco-proyek-jurassic-park-di-pulau-komodo-tetap-lanjut>.
- Jumanta. (2004). *Kaos, Inspirasi Motif Modern & Kata-Kata*. Puspa Swara.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Martens. (1862). *Psephurus gladius*.
<https://www.fishbase.de/Summary/SpeciesSummary.php?Id=4513&lang=bahasa>.
- Pogner, K.-H. (2014). Globalization, Identity, and T-Shirt Communication. In M.-L. Noshch, Z. Feng, & L. Vardarajan (Eds.), *Global Textile Encounters*. Oxbow Books.
- Siti Nur Aeni. (2021, October 19). *Komodo Hewan Endemik yang Terancam Punah*.
Katadata.Co.Id.
- Siti Nur Aeni. (2022, January 21). *Nama-Nama Dinosaur yang Pernah Hidup di Bumi*.
Katadata.Co.Id.
- Widyaningrum, G. L. (2020, January 16). *Chinese paddlefish, Salah Satu Ikan Terbesar di Dunia Telah Punah*.
<https://nationalgeographic.grid.id/read/131989132/chinese-paddlefish-salah-satu-ikan-terbesar-di-dunia-telah-punah?page=all>.