

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. d. (2021). *Dasar Dasar Periklanan* . Yayasan Kita Menulis.
- Anang, F. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran* . Jawa Timur: Qiara Media.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro, L. K. (2017). *Komunikasi Massa*. Bandung: Refika Offset.
- Fatimah. (2020). *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat* . Sulsel : Tallasa Media .
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Hadi, A. d. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Jawa Tengah : Pena Persada .
- Mcquails, D. (2010). *Mass Communication, 6th Edition*.,. Liverpool: Publication, Inc.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada e-Commerce Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Vito, J. (1997). *Teori – Teori Komunikasi*. Jakarta: Professional Books.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* . Jakarta: Kencana .

Jurnal

- Chika A, dkk. (2022). Konsep Diri Perempuan Cantik Di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi* No 2, 9, 214-224.
- Dwiki F, D. W. (2018). Penataan Kamera Dalam Film Pendek Tentang Fenomena Gaya Hidup Clubbers Siswi SMA Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Art & Design* No 3, 5, 1040-1048.

- Ichsan, W. (2017). Mitos Kebebasan Wanita Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan 3/TRI Versi Kebebasan Wanita Di Televisi). *Jurnal Komunikasi No 2* , 8, 19-23.
- Nadiva , A. (2020). Makna Pesan Iklan Neo Coffee "Taste Of Millenials" (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr Moestopo Jakarta* . Retrieved from library.moestopo.ac.id
- Nasta S, R. M. (2022). Representasi Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan GrabCar Versi #AmanUntukSemua. *Jurnal Komunikasi*, 5, 44-54.
- Novrizal P, dkk. (2020). Fungsi Dan Makna Warna Pada Desain Interior Toko Bersama Anak. *Jurnal Strategi Desain & Inovasi Sosial*, 2, 60-74.
- Nurimba, Y. (2020). Pesan Moral Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue). *Universitas Muhammadiyah Makassar*. Retrieved from digilibadmin.unismuh.ac.id
- Nurul I, D. R. (2020). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Susu SGM Eksplor Versi "Tunjuk Tangan". *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 45-52.
- Rahmat , S. (2017). Pesan Iklan Dalam Membangun Merek. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1, 33-42.
- Septy W, dkk. (2021). Hubungan Antara Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Perempuan. *Jurnal Penelitian Psikologi No 7*, 8, 194-203.
- Sigit S, dkk. (2018). Konstruksi Peran Perempuan Pada Iklan Cetak Mandiri Prioritas Di Majalah Teras. *Jurnal Semiotika*, 12, 230-246.
- Situmeang, I. (2015). Representasi Wanita Pada Iklan Televisi Wardah Cosmetic. *Semiotika*, 9, 113-141.
- Yolanda S, dkk. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah HighEnd. *Jurnal Lugas No 2*, 2, 59-68.

Website :

<https://www.republika.co.id/berita/r0ny7a457/hasil-riset-shopee-jadi-marketplace-teratas-di-indonesia> 13 Januari 2022

<https://www.cnbcindonesia.com/tag/shopee> 18 Mei 2022

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> 24 Februari 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022> 26 Februari 2022