

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Achmad, S. J., & Nasionalita, K. (2020). MAKNA CANTIK DALAM IKLAN PONDÂ€™ SX MAUDY AYUNDA LIMITED EDITION (Analisis Semiotika Roland Barthes). *eProceedings of Management*, 7(2).
- Agustin, N. A., & Firdos, R. M. (2024). Studi Literatur: Ancaman Cybercrime di Indonesia dan Pentingnya Pemahaman akan Fenomena Kejahatan Digital. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 3(1), 126-131.
- Dewi, I. Gusti. A. D. A. (2020). Makna Kiasan Visual Dalam Iklan Minuman Kaleng Beralkhol Suntory "Strong Zero". *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang Undiksha*, 6(3), 294-298.
- Erlangga, A. (2022). Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Mcdonald's Indonesia Versi "Mcdelivery Lakukan Pengantaran Tanpa Kontak Langsung". *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 91-95.
- Fadli, M., Widijowati, D., & Andayani, D. (2024). Pencurian Data Pribadi di Dunia Maya (Phising Cybercrime) yang ditinjau dalam Perspektif Kriminologi. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(12).
- Fikri, A. W. N., Fauzi, A., Rachman, A. A., Khaerunisa, A., Sari, D. P., Vernanda, P., & Fadyanti, T. P. (2023). Analisis Keamanan Sistem Operasi dalam Menghadapi Ancaman Phishing dalam Layanan Online Banking. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(1), 84-91.
- Erlangga, C. Y., Utomo, I. W., & Anisti, A. (2021). Konstruksi nilai romantisme dalam lirik lagu (analisis semiotika ferdinand de saussure pada lirik lagu" melukis senja"). *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 149-160.
- Firdaus, G. A. F., & Fauzi, A. (2024). Analisis Isi Pesan Iklan Gojek-Jangan Sepelekan Kekuatan Dari Sebuah Jempol# kasihjempol. *Jurnal Paradigma Madani: Ilmu Sosial, Politik Dan Agama*, 11(1), 51-72.
- Fitriani, E., & Vebrynda, R. (2021). Analisis naratif terorisme dalam film 12 Strong. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 4(1), 1-16.
- Halensiana, N., & Pramonojati, T. A. (2019). Budaya Lebaran di Indonesia dalam Masyarakat Tontonan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Ramayana Versi# KerenLahirBatin di Youtube). *eProceedings of Management*, 6(2).

- Hartono, D., & Sugalih, A. (2019). Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 3(1), 39-49.
- Helena, M. (2022). Pengaruh Efektivitas Iklan Youtube terhadap Brand Image. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 2(2), 123-140.
- Heryandi, D. R. (2023). Representasi Makna Kesetaraan Gender Pada Iklan Downy Indonesia "Bebas Berekspresi" Di Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 1-15.
- Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 44-59.
- Pramesthi, Jasmine. A. (2021). Makna Filosofis Konstruksi Realitas Sosial Covid-19 pada Music Video Life Goes On: Kajian Semiotika Charles Pierce. *Jurnal Ilmu Komunikasi IHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 6(2).
- Priowirjanto, E. S. (2022). Urgensi Pengaturan Mengenai Artificial Intelligence Pada Sektor Bisnis Daring Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 254-272.
- Ramdani, F. S., Safitri, I., & Amzy, N. (2021). Analisis Semiotika Makna Pesan Dalam Iklan Oreo "Penuh Keajaiban" Versi Hiu. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 3(3), 180-186.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- Vadila, N., & Pratama, A. R. I. (2021). Analisis Kesadaran Keamanan Terhadap Ancaman Phishing. *Automata*, 2(2).
- Wibawa, M., & Natalia, R. P. (2021). Analisis Semiotika Strukturalisme Ferdinand De Saussure Pada Film " Berpayung Rindu". *VCoDe: Visual Communication Design Journal*, 1(1), 1-16.

**Buku :**

- Aminah, S. 2019. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann. 2018. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Dwinarko. 2022. *Konstruksi Sosial Aktor Media Massa*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media.

- Eriyanto, A. N. 2017. *Analisis Naratif: Dasar-dasar dan penerapannya dalam analisis teks berita media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. 2019. *Metode Komunikasi Visual Dasar-Dasar Dan Aplikasi Semiotika Sosial Untuk Membedah Teks Gambar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fatimah, S. M., 2020. *SEMIOTIKA Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Cetakan I ed. Gowa: TallasaMedia.
- Hamsar, I., & Irmayanti, I. 2023. *Fotografi Fashion Jilid I*. Penerbit Tahta Media.
- Kriyantono, R. 2014. *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lantowa, Jafar, et al. 2017. *Semiotika Teori, Metode, dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan Cv. Budi Utama).
- Morianty Sandra, Mitchell, Nancy & Wells, William. 2015. *Advertising (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, Alex. 2016. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Jawa Barat : Alfabeta.
- Suryani, T., MM, P., Nurhadi, M., Fauzi, A. A., & SS, M. 2020. *E-marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.
- Triyono, Agus. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Wahjuwibowo MSi, I. S. 2019. *Semiotika Komunikasi Edisi III: aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi*. Rumah Pintar Komunikasi.

**Website :**

<https://databoks.katadata.co.id/>

<https://mediaindonesia.com/hiburan/635658/indro-warkop-bintang-iklan-kreatif-bca-dont-know-kasih-no>

<https://www.bca.co.id/>

[https://youtu.be/KstzfWBUcf8?si=3lM\\_Rw2-wCxLGEqH](https://youtu.be/KstzfWBUcf8?si=3lM_Rw2-wCxLGEqH)