

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram* (Vol. 3, Issue 2).
- Albertus, Y. (2020). Konsumerisme terhadap Gawai dan Dampaknya bagi Lingkungan: Studi Kasus pada Apple Inc. In *Jurnal Hubungan Internasional Tahun XIII* (Issue 1).
- Anggen Suari, K. R., & Sarjana, I. M. (2023). Menjaga Privasi di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 6(1), 132–142.
- Aprilia, T. L. (2016). Pengaruh Brand Image Produk Apple Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Komunitas Instamarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi* (Vol. 4, Issue 3).
- Barker, C. (2002). *Making Sense of Cultural Studies*. SAGE Publications.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality*. Penguin Books
- Butsi, F. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, Vol. 2(1).
- Claudy Agatha, S., & KN, J. (2023). Makna Privacy dalam Iklan Brand Apple Versi “Privacy on iPhone-Data Auction” Melalui Pendekatan Semiotika. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2).
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran* (4th ed.). *Pustaka Pelajar*.
- Dewi Rosadi, S., & Gumelar Pratama, G. (2018). Urgensi Perlindungan data Privasi Dalam Era Ekonomi Digital Di Indonesia. *Veritas et Justitia*, 4(1), 88–110.
- Fikri, M., & Alhakim, A. (2022). Urgensi Pengaturan Hukum Terhadap Pelaku Tindak Pidana Pencurian Data Pribadi di Indonesia. *YUSTISI* (Vol. 9, Issue 1).
- Fikri, M., & Rusdiana, S. (2023). Ruang Lingkup Perlindungan Data Pribadi: Kajian Hukum Positif Indonesia. *Ganesha Law Review*, 5.
- Ghosh, A., & Roth, A. (2015). *Selling Privacy At Auction*. *Games and Economic Behavior*, 91, 334–346.
- Giles, J., & Middleton, T. (2008). *Studying Culture: A Practical Introduction* (2nd ed.). *Malden, MA: Blackwell Pub*.
- Heriwati, S. (2010). Semiotika Dalam Periklanan. *Jurnal Desain Interior*, Vol. 1 No.1
- Hidayat, N. (2016). City Branding Kabupaten Banyuwangi City Branding Of Banyuwangi Regency.

- Husaina, A., Haes, P. E., Pratiwi, N. I., & Juwita, P. R. (2018). Analisis Film Coco Dalam Teori Semiotika Roland Barthes. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pendidikan Nasional* 2(2).
- Ismail, M., Prahara, G. A., & Hidayattuloh, D. M. (2023). Perancangann Strategi Promosi Kaos Merk Lokal Galgil Design of Galgil Local Brand Promotion Strategy. *e-Proceeding of Art & Design* (Vol. 10, Issue 2).
- Khairunnisa, N., & Afandi, Y. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Pertunjukan Randai Sanggar Mudo Barapi Di Kota Solok. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(3), 203–214.
- Kotler, P. dan K. K. (2010). Manajemen Pemasaran (13th ed.). *Erlangga*.
- Kuspriyono, T. (2020). Analisis Comparative Promotion Iklan iPhone dalam Teori Semiotika. *20(1). E Journal BSI*
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Maulana, I., Hilaliyah, H., & Sumadyo, B. (2021). Campur Kode pada Papan Reklame Iklan Komersial. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia* 4(1), 12530.
- Miles, M., Huberman, M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (4th ed.). *SAGE Publications*.
- Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi). *Rosda*.
- Ngangi, C. R. (2011). Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial. *AGRI-SOSIOEKONOMI* (Vol. 7).
- Nurdiani, I. P. (2020). Pencurian Identitas Digital Sebagai Bentuk Cyber Related Crime. *Jurnal Kriminologi Indonesia 2020*.
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan Bk Karier. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan* 4 (1).
- Paramita, I., & Kasih, D. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*
- Putri, I. G. A. V. W. (2020). Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 4 (2), 10–18.
- Rohmaniah, A. F. (2021). Kajian Semiotika Roland Barthes. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2 (2).
- Santosa, P. (2021). Ancangan Semiotika Dan Pengkajian Susastra. *Angkasa*.

- Situmeang, S. M. T. (2021). Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber. *SASI*, 27 (1), 38.
- Sobur, A. (2006). Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana , dan Analisis Framing. Bandung: *PT Remaja Rosdakarya*.
- Solichin, M. (2021). Paradigma Konstruktivisme Dalam Belajar Dan Pembelajaran. *Duta Media Publishing*.
- Subroto, S. (2011). Etika Periklanan. *Jurnal Cermin*
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*.
- Swastha, B. (2009). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty*.
- Tinarbuko, S. (2016). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat (Vol. 26, Issue 2). *Institut Seni Budaya Indonesia Bandung*
- Ulfa, R., & Marta, R. F. (2016). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Yayasan Nurul Ibad Jakarta Timur. *In Jurnal Bricolage* (Vol. 2, Issue 2).
- Ummah Sofi Alif, A. (2023). Iklan Sebagai Program Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Bts Meal Mcdonalds) *Advertising As a Marketing Communications Program (Study on BTS Meal McDonalds)*. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9).
- Vera, N. (2014). Semiotika Dalam Riset Iklan (R. Sikumbang, Ed.; 1st ed.). *Ghalia Indonesia*.
- Wibisono, P., & Sari, D. Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43.