

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Ilmu Komunikasi Masaa : Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, B. (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Danesi, M. (2012). *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millenials Rising, The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Hoynes, W., & Croteau, D. (2003). *Media Society*. London: Sage Publications.
- John, S. W., & Foss, K. A. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2014). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

- Ahmad, Khalid Anila Tariq dan Arfan Akram. (2020). “*SEMIOTIC ANALYSIS OF THE OBJECTIFICATION OF WOMEN IN SELECTED PAKISTANI ADVERTISEMENTS*”.
- Amin, Octa. (2015). “Representasi Kecantikan Perempuan Pada Iklan Dove Versi “*Real Beauty Sketches*” Di Situs Youtube”.

- Aryadillah. (2019). Analisis Semiotika pada Iklan Uber Edisi Boxes. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Vol 19 No. 2, 157.
- Barata, D. D. (2010). Analisis Keberhasilan Kampanye Iklan dalam Proses. *Ultima Management Vol. 2 No. 1*, 27.
- Barezki, Ramanov dan Muhamad Aras. (2020). “SEMIOTIC ANALYSIS OF E-COMMERCE ADVERTISEMENT “GILANYA BELANJA DI BUKALAPAK””.
- Emeraldien, Fikry Zahria Natasya Candraditya S, Amalia Farahdiba, dan Ramadhoni Cahya C. W. (2019). “REPRESENTATION OF OPTIMISM IN THE CONTEMPORARY ADVERTISING: GOJEK “CERDIKIAWAN””.
- Hapsari, A. B., & Sukardani, P. S. (2018). Representasi Konsep Kecantikan Perempuan di Era Millenials Melalui Beauty Influencer pada Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @sarahayuh_, @abellyc, dan @rachgoddard). *Commercium. Volume 02 Nomor 02*, 59-62.
- Irawatie, A., & all, e. (2019). Education Learning Development of Character Education-Based State Defense. *Education Learning Development of Character Education-Based State Defense, Vol. 6, Special Issue 2*, 29.
- Maghfirah, Moona. (2020). “REPRESENTATION OF HIJAB MUSLIM WOMEN AS SEEN IN AMERICAN ADVERTISEMENTS: ABILITY, EGALITARIANISM, AND RESISTANCE”
- Moekahar, F., & Daherman, Y. (2020). Marketing Communication of Parkour Sport. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 452*, 128.
- Mohammad, Rahma Rositha H. Tadjuddin Maknun, dan Inriati Lewa. (2021). “REVEALING WOMEN'S REPRESENTATIONS IN TELEVISION ADVERTISING (A STUDY OF "GREAT DATE" VERSION OF BENG-BENG IN SEMIOTICS PERSPECTIVE)”
- Mutiaz, Intan. (2019). “Konstruksi Realitas Simbolik Generasi Milenial Melalui Tema Fantasi Selebgram Di Media Sosial”
- Novitasari. (2014). Tantangan Tingkat Usia dan Kepemimpinan terhadap Kinerja. *Jejaring Administrasi Publik. Th VI. Nomor 1*, 410.
- Nugroho, Yosia dan Radja Erland Hamzah. (2018). “REPRESENTASI SIKAP OPTIMISME DALAM TAMPILAN IKLAN NIVEA MEN”.
- Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). Karakter dan Perilaku Milenial: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Prasasti, Prakoso Volume 3 No 1 2020*, 14.

Prawiranegara, M Ibrahim dan Djudjur Luciana Radjagukguk, (2020). "REPRESENTASI SIKAP PANTANG MENYERAH DALAM IKLAN WEB SERIES MILENIAL "MALES" JADI MILINEUR PADA KANAL YOUTUBE SMARTFREN SUPER 4G KUOTA (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)".

Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 252-253.

Skripsi:

Faisal, M. (2019). *Perilaku Hangout Generasi Milenial Dalam Membuka Peluang Kerja di Kota Medan*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Putri, L. M. (2018). *Pengkaryaan Maskulinitas Penari Jaipong Pria Dalam Fotografi Potrait*. Bandung: Universitas Pasundan Bandung.

Rohmah, S. (2017). *Landasan Syar'i Pendidikan Karakter*. Bandar Lampung: Universitas Raden Intan.

Septiani, M. (2018). *Representasi Pesan Moral Dalam Film Merry Riana Mimpi Sejuta Dollar*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Situs Website:

Ambar. (2017, Agustus 18). *Teori New Media – Pengertian – Latar Belakang*. Diambil kembali dari PakarKomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media>

Anggita, K. (2019, April 05). *Beberapa Bahasa Tubuh dan Artinya*. Diambil kembali dari medcom.id: <https://www.medcom.id/rona/kesehatan/IKY6Oz3N-arti-bahasa-tubuh>

Azizah, M. (2021, Agustus 6). *Milenial dan Krisis Berpikir*. Diambil kembali dari Republika.co.id: <https://retizen.republika.co.id/posts/12605/milenial-dan-krisis-berpikir>

Azmil, F. (2013, September 2). *Sejarah Singkat Youtube, Situs Video Sharing Terbesar*. Diambil kembali dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>

BAZAAR UK. (2021, Maret 21). *Menyelami Sejarah Menarik dari Pertunjukan Catwalk Pada Fashion Show*. Diambil kembali dari BAZAAR INDONESIA:

<https://harpersbazaar.co.id/articles/read/3/2021/14746/menyelami-sejarah-menarik-dari-pertunjukan-catwalk-pada-fashion-show>

Buana, G. (2020, Agustus 25). *Chef Marinka: Urusan Domestik Bukan Soal Gender*. Diambil kembali dari Media Indonesia:

<https://mediaindonesia.com/hiburan/339754/chef-marinka-urusan-domestik-bukan-soal-gender>

Dhanny. (2019, Juli 27). *PT Sasa Inti Raih 3 Penghargaan Award Superbrands 2019*.

Diambil kembali dari akurat news: <https://akuratnews.com/pt-sasa-inti-raih-3-penghargaan-award-superbrands-2019/>

ePsikologi. (2020, Agustus). *Psikologi Warna: Pengertian, Teori dan Manfaatnya Untuk Bisnis*. Diambil kembali dari ePsikologi:

<https://epsikologi.com/psikologi-warna/>

Ina. (2017, September 15). *Memori dalam Psikologi – Pengertian – Fungsi*. Diambil kembali dari dosenpsikologi.com: <https://dosenpsikologi.com/memori-dalam-psikologi>

Instagram. (@life.at.sasa, @sasamelezatkan, @kreasisasa). *Profile*. Diambil kembali dari [instagram.com](https://www.instagram.com)

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2016, Desember 27). *Mengenal Generasi Millenial*. Diambil kembali dari kominfo.go.id:

https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media

Kementerian PPN. (2019, Januari 04). *Jumlah Penduduk Indonesia 2019 Mencapai 267 Juta Jiwa*. Diambil kembali dari [databoks](http://databoks.katadata.co.id):

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>

Kompas.com. (2021, Juni 22). *Baris Berbaris: Pengertian, Manfaat dan Tujuan*.

Diambil kembali dari Kompas.com:

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/22/135239169/baris-berbaris-pengertian-manfaat-dan-tujuan>

Lektur.id. (2021). *3 Arti Kata Bendera di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.

Diambil kembali dari Lektur.id: <https://lektur.id/arti-bendera/>

Madrus, A. (2017, September 19). *Parkour, Olahraga yang Menantang Keberanian*.

Diambil kembali dari Bobo.id: <https://bobo.grid.id/read/08677723/parkour-olahraga-yang-menantang-keberanian>

Marjono. (2021, Februari 24). *Kepribadian dan Kepemimpinan Perempuan*. Diambil kembali dari Kumparan: <https://kumparan.com/marjono->

1591148869369739290/kepribadian-dan-kepemimpinan-perempuan-1vEt09QtBP6/full

- Marketeers. (marketeers.com). *Consumer Goods*. Diambil kembali dari <https://www.marketeers.com/bantu-tenaga-medis-pt-sasa-inti-berikan-lunchbox-dan-bantuan-lainnya/>
- Maulana, A. (2020, Maret 04). *Jumlah Penduduk Usia Produktif Indonesia Jadi Daya Tarik*. Diambil kembali dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/294301/jumlah-penduduk-usia-produktif-indonesia-jadi-daya-tarik>
- Mokodompit, I. (2017, Juli 31). *5 Kelakuan orang yang menaruh kakinya di tempat tak semestinya*. Diambil kembali dari Brilio: <https://www.brilio.net/duh/5-kelakuan-orang-yang-menaruh-kakinya-di-tempat-tak-semestinya-170731a.html>
- Patria, F. (2020, Desember 06). *Memahami Interaksi Media dengan Teori Stuart Hall*. Diambil kembali dari Kumparan: <https://kumparan.com/farhandiah-patria/memahami-interaksi-media-dengan-teori-stuart-hall-1uitEsIc80P>
- Permana, A. (2019, Oktober 19). *Perbedaan Soft Selling dan Hard Selling yang Mesti Anda Pahami*. Diambil kembali dari S.E.O Anak Sholeh: <https://seoanaksholeh.com/soft-selling-dan-hard-selling/>
- qbukatabu.org. (2018, April 26). *Mitos dan Fakta tentang Feminim dan Maskulin*. Diambil kembali dari qbukatabu: <https://qbukatabu.org/2018/04/26/mitos-dan-fakta-tentang-feminin-dan-maskulin/>
- Ringgo. (2020, November 16). *PT Sasa Inti Mendapat Penghargaan Rekor Muri Hasil Aksi Nyata Membantu Pemerintah Memerangi Covid-19*. Diambil kembali dari Seputar Kepri: <https://seputarkepri.co.id/2020/11/16/pt-sasa-inti-mendapat-penghargaan-rekor-muri-hasil-aksi-nyata-membantu-pemerintah-memerangi-covid-19/>
- Rosentiel, T. (2010, Maret 11). *Potrait of The Millenials*. Diambil kembali dari Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/2010/03/11/portrait-of-the-millennials/>
- Roy. (2020, November 20). *Siap-Siap! YouTube Akan Tampilkan Lebih Banyak Iklan di Video*. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20201120064636-37-203238/siap-siap-youtube-akan-tampilkan-lebih-banyak-iklan-di-video>
- Sasa. (2020, Januari 28). *We Are MSG (Micin Swag Generation)*. Diambil kembali dari Youtube: <https://youtu.be/e5mdcLA0ALU>
- Sasa. (sasa.co.id). *Tentang Kami*. Diambil kembali dari Sasa Melezatkan: sasa.co.id

Shindy Dwi Melati, 2021

REPRESENTASI KARAKTERISTIK GENERASI MILLENIAL PADA IKLAN SASA (MSG “MICIN SWAG GENERATION”) DI MEDIA YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Savitra, K. (2017, September 28). *15 Pengertian Karakter Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari DosenPsikologi.com:
<https://dosenpsikologi.com/pengertian-karakter-menurut-para-ahli>
- Sitoresmi, A. R., & Adelin, F. (2021, Mei 13). *Interpretasi Adalah Bentuk Penafsiran Komunikasi, Ketahui Tujuan dan Cara Memahaminya*. Diambil kembali dari Liputan 6: [https://hot.liputan6.com/read/4552315/interpretasi-adalah-bentuk-penafsiran-komunikasi-ketahui-tujuan-dan-cara-memahaminya#:~:text=Menurut%20Kaelan%20\(1998\)%2C%20arti,langsung%2C%20tetapi%20komunikasi%20mudah%20dipahami.&text=Fungsi%20interpretasi%20adala](https://hot.liputan6.com/read/4552315/interpretasi-adalah-bentuk-penafsiran-komunikasi-ketahui-tujuan-dan-cara-memahaminya#:~:text=Menurut%20Kaelan%20(1998)%2C%20arti,langsung%2C%20tetapi%20komunikasi%20mudah%20dipahami.&text=Fungsi%20interpretasi%20adala)
- Utami, L. D. (2021, November 10). *Pengangguran RI Capai 9,1 Juta, Menaker Minta Generasi Milenial Tingkatkan Keterampilan*. Diambil kembali dari Tribunnews.com:
<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/11/10/pengangguran-ri-capai-91-juta-menaker-minta-generasi-milenial-tingkatkan-keterampilan>
- Widiastuti, V., & Anggraeni, S. P. (2019, Juli 10). *Benarkah Konsumsi Micin Picu Kebodohan? Ternyata Begini Faktanya!* Diambil kembali dari suara.com:
<https://www.suara.com/health/2019/07/10/151500/benarkah-konsumsi-micin-picu-kebodohan-ternyata-begini-faktanya?page=all>
- Wijayanti, S. (2020, Juni 27). *10 Ciri Dasar Generasi Millennial, Kamu Termasuk Gak Nih?* Diambil kembali dari idntimes.com:
<https://www.idntimes.com/life/inspiration/sinta-wijayanti-d/10-ciri-dasar-generasi-millennial-c1c2/10>
- Yordan, J. (2018, Februari 19). *Generasi Millennial Dominasi Pengguna Internet di Indonesia*. Diambil kembali dari Kumparan:
<https://kumparan.com/kumparantech/generasi-millennial-dominasi-pengguna-internet-di-indonesia/full>
- Youtube. (youtube.com/SasaMelezatkan). Diambil kembali dari
<https://www.youtube.com/c/SasaMelezatkan/featured>