

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Albi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+penelitian+kualitatif&ots=5HcxpCjxCn&sig=fqnyugmwz_YpeIH7OBWROYaiZJI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Drs. Alex Sobur, M. S. (2017). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, L.J. (1997). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nawiroh Vera, M. S. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.

Rahman, F. (2016). *Rijsttafel : Budaya Kuliner di Indonesia Masa Kolonial 1870-1942*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wibowo, P. (2009). *Yang terlupakan: Pandemi Influenza 1918 di Hindia Belanda*. Perpustakaan Nasional RI: katalog dalam terbitan (KDT).

Jurnal

Arief Kresna, J. A. (2020). *Pengaruh Physical Distancing dan Socia Distancing Terhadap Kesehatan*.

Atmojo, F. D., Purwanti, S., & Arsyad, A. W. (2019). *REPRESENTASI GAYA HIDUP SEHAT PADA FILM SORE “ ISTRY DARI MASA DEPAN ” TROPICANA SLIM*. 7(1), 321–335.

Christopher McKnight Nichols, Nancy Bristow , E. Thomas Ewing , Joseph M. Gabriel, B. C. M. and E. O. (2020). *Reconsidering the 1918–19 Influenza Pandemic in the Age of COVID-19. The Journal of the Gilded Age and Progressive Era*.

Chughtai, A. A., Seale, H., & Macintyre, C. R. (2020). *Effectiveness of Cloth Masks for Protection Against Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2. Emerging Infectious*

DANDI RAMADHAN AR RASYID, 2022

REPRESENTASI GAYA HIDUP *NEW NORMAL* DALAM IKLAN BEAR BRAND (VERSI *NEW NORMAL*) DI MEDIA YOUTUBE
ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Diseases.

- Fadli, D. R. (2021). *Tips Menjaga Kesehatan Tubuh saat Pandemi*. 22 Juni 2021.
- Fitria. (2013). Representasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haryono, S. R., & Putra, D. K. S. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi “Temukan Indonesiamu.” *Acta Diurna*, 13(2), 67–88.
jos.unsoed.ac.id/index.php/acra_diurna/article/download/614/473
- Joko Prayitno, Rahmania Admirasari, Joko P Susanto, R. N. (2021). Tinjauan Teknologi Inaktivasi Virus untuk Menanggulangi Covid-19. *Jurnal Bioteknologi Dan Biosains Indonesia*, 141.
- Maylanny Christin, Dasrun Hidayat, A. R. (2021). Konstruksi Realitas Sosial Atas Physical Distancing Selama. *Jurnal Komunikasi*.
- Rosidah, C. (2012). Bab Ii Kajian Teori Musik. *Eprints*, 7–12.
https://eprints.uny.ac.id/8613/3/BAB_2_-_08416241039.pdf
- Watie, E. D. S. (2012). *PERIKLANAN DALAM MEDIA BARU (Advertising In The New Media)*.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/275/177>
- Wibowo, Setyo fery, M. P. karimah. (2012). *PENGARUH IKLAN TELEVISIDAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LUX (SURVEI PADA PENGUNJUNG MEGA BEKASI HYPERMALL)*.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/771/680>
- WHO. (2009). Guidelines on Hand Hygiene in Health Care. *Patience Safety*.
- WHO. (2020). *Transmisi SARS-CoV-2: implikasi terhadap kewaspadaan pencegahan infeksi*.
https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/transmisi-sars-cov-2---implikasi-untuk-terhadap-kewaspadaan-pencegahan-infeksi---pernyataan-keilmuan.pdf?sfvrsn=1534d7df_4

Website

A.M. Nasir. (2021). *Cara Memakai Masker yang Benar*. Kemenkes.

<https://infeksiemerging.kemkes.go.id/warta-infem/beginilah-cara-memakai-dan-melepaskan-masker-yang-benar>

Ballaide. (2017). *Psikologi Warna Menurut Para Ahli*. 11 Agustus 2017.

<https://www.ballaide.com/2017/08/psikologi-warna-menurut-para-ahli.html>

Baskoro, S. (2020). *Fase new normal: Setelah aktivitas longgar, berharap ekonomi kembali melar*. <https://nasional.kontan.co.id/news/fase-new-normal-setelah-aktivitas-longgar-berharap-ekonomi-kembali-melar>

Deny, S. (2020). *New Normal Hidupkan Kembali Kegiatan Ekonomi dengan Protokol Kesehatan*. Kominfo. https://kominfo.go.id/content/detail/27507/new-normal-hidupkan-kembali-kegiatan-ekonomi-dengan-protokol-kesehatan/0/sorotan_media

Dohiya. (2020). *Mall di Buka, New Normal Siap diterapkan*. 15 Juli 2020.

<https://konsultanku.co.id/blog/mall-di-buka-new-normal-siap-diterapkan>

Fundrika, B. A. (2021). *Diburu Masyarakat, Ternyata Ini Asal Mula Susu Beruang Dipercaya Punya Khasiat Lebih*. Minggu, 04 Juli 2021.

<https://www.suara.com/lifestyle/2021/07/04/092908/diburu-masyarakat-ternyata-ini-asal-mula-susu-beruang-dipercaya-punya-khasiat-lebih?page=all>

Gojek. (2021). *Tetap Bertanggung Jawab Saat Naik GoCar & GoRide: Yuk Cegah Penyebaran Virus Corona (COVID-19) Bersama*. 13 Januari 2021.

<https://www.gojek.com/blog/gojek/cegah-corona-saat-naik-gojek/>

Indonesia, K. K. R. (2021). *Program Vaksinasi COVID-19 Mulai Dilakukan, Presiden Orang Pertama Penerima Suntikan Vaksin COVID-19*. <http://p2p.kemkes.go.id/program-vaksinasi-covid-19-mulai-dilakukan-presiden-orang-pertama-penerima-suntikan-vaksin-covid-19/>

KOMPAS.COM. (2020). *Sering Disebut-sebut, Apa Itu New Normal? Halaman all -*

DANDI RAMADHAN AR RASYID, 2022

REPRESENTASI GAYA HIDUP *NEW NORMAL* DALAM IKLAN BEAR BRAND (VERSI *NEW NORMAL*) DI MEDIA YOUTUBE
ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/16/164600865/sering-disebut-sebut-apa-itu-new-normal-?page=all>

Librianty, A. (2021). *Viral Susu Beruang Bear Brand Habis Diserbu Masyarakat dan Harga Melonjak*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4598009/viral-susu-beruang-bear-brand-habis-diserbu-masyarakat-dan-harga-melonjak>

Nestle. (2020). *Bear Brand Susu Siap Minum*. <https://www.nestle.co.id/>

Nestle Indonesia. (2020). *BEAR BRAND Susu Siap Minum | Nestlé*. <https://www.nestle.co.id/produk/minumansiapminum/bearbrand>

Purwanto, A. (2021). *Ekonomi Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19: Potret dan Strategi Pemulihan 2020-2021*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-covid-19-potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021>

Pusnara, D. V. (2020). *No Title*. Tirto. <https://tirto.id/apa-itu-new-normal-dan-bagaimana-penerapannya-saat-pandemi-corona-fCSg>

Riyadi, H. (2019). *Home » Internet » Pengertian Youtube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur Youtube yang Perlu Anda Ketahui pengertian youtube dan manfaat youtube* *Pengertian Youtube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur Youtube*. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/>

Thabroni, G. (2018). *Semiotika – Komunikasi tanpa Kata, Pengertian Simbol dan Tanda-tanda*. <https://serupa.id/semiotika-pengertian-simbol-dan-tanda-tanda/>

Viva Budy Kusnandar. (n.d.). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. 2021.