

DAFTAR PUSTAKA

- Askurifai, Baskin. (2003). *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung: Kataris.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basic* (Edisi ke 2). London: Routledge.
- Feralina, N. (2013). *Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal Dalam Iklan Class Mild Versi "Macet" Di Media Televisi*. E-Journal Ilmu Komunikasi, 1(4). Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representation dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Haricahyono, Cheppy. (1995). *Dimensi-Dimensi Pendidikan Moral*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Kasali, Rheinald, (1992). *Manajemen Periklanan. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan* (Edisi ke 5), Pustaka Utama. Jakarta:Graffiti.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang:Yayasan Indonesia Tera.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrul. 2002. Nilai Edukasi Iklan Layanan Masyarakat. *Hasil Wawancara Pribadi*.
- Nofitasari, S. (2016). *Penggunaan Deiksis Dalam Percakapan Pada Acara Talkshow Satu Jam Lebih Dekat di Stasiun Televisi TV One*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto.
- Putri I. (2018). *Komunikasi Non Verbal (Makna Kinesik) Pesulap dalam Pertunjukan Sulap Klasik*. Bengkulu: Jurnal Syi'ar, IAIN, Vol. 18 No. 1
- Putri I. V. (2020). *Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanya Pencegahan Penyebaran Covid-19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar. 4(2), <https://doi.org/10.22225/kulturistik.4.2.1871>

- Rahmat, Jalaluddin. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Setyomini, Lindri. (2006). *Nilai Edukatif Dalam Cerita Bergambar Keluarga Bobo*. SKRIPSI. Jurusan Sastra Indonesia. Fakultas Sastra. Universitas Muhammadiyah. <http://karyaIlmiah.um.ac.id/indeks.php/sastra/Indonesia/article/view/21>
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya:Bandung.
- Tinarbuko S. (2017). *Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat*. Panggung Jurnal Seni Budaya, 26(2). <http://dx.doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175>
- Thoha, M.C. (1996). *Kapita Selekta Pendidikan Islam*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, hlm. 60.
- Wardyaningrum, Damayanti. (2012). Penggunaan Daya Tarik Emosional Pada Iklan Pajak di Televisi. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(4), https://repository.uai.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/Jurnal-Nasional-Tidak-Terakreditasi_Jurnal-Al-Azhar_Penggunaan-Daya-Tarik-Emosional-pada-iklan-Pajak-di-Televisi_Damayanti.pdf