

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Devito, Joseph A. (2017). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Hoed, Benny. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Persoektif Rancangan Penelitian*. Jogjakrta: AR-RUZZ MEDIA.
- Gunawan, Imam. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Nasrullah,Rulli. *Media Sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media.

Wibowo, ISW.(2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi edisi 2*. Jakarta:Mitra Wacana Media.

Zarella, Dan. (2011). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta:PT Serambi Ilmu Semesta.

Jurnal:

Amin,Octa Lidya Ghaisani.Representasi kecantikan perempuan pada iklan dove versi “*Real beauty sketches*” di situs *Youtube*. Commonline Departmen Komunikasi, Vol.4/ No.1.<http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-commf786a3f8f6full.pdf> (diakses pada 18 februari 2018, Pukul 9:35 WIB)

El-Nawawy, Mohammed and Mohamad Hemas Elmasry. (2016) The Signs of a Strongman: A Semiotic and Discourse Analysis of Abdelfattah Al-Sisi’s Egyptian Presidential Campaign. *International Journal of Communication* 10, 2275–2296.<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4316> (diakses pada 4 maret 2018, Pukul 9:21 WIB)

Ginting, Sarizalia Plantika. (2018) Representasi citra kepala Negara dalam video blog (*Vlog*) *Youtube* presiden Joko Widodo “#Jokowimenjawab Episode 1” (analisis semiotika Roland Barthes). *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1–, Page 1.<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/17470/16874> (diakses pada hari selasa, 27 feb 2018, Pukul 14:38 WIB)

Kusuma, I Wayan A, Cicilia Pali, Lydia David. (2015) Perbedaan kebahagiaan pada keluarga prasejahtera di desa mopuya utara kecamatan dumoga utara kabupaten bolang mongondow. *Jurnal e-Biomedik* Vol. 3 No. 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/ebiomedik/article/view/8773> (diakses pada 11 april 2018, jam 12:34)

- Patnani, Miwa. (2012) Kebahagiaan pada perempuan. Fakultas Psikologi. YARSI. <http://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/Jurnal-Online-Psikogenesis/article/view/36> (diakses pada 13 april 2018, Pukul 14:23 WIB)
- Sopianah, Siti. (2010) Analisis semiotik terhadap iklan susu bendera edisi ramadhan 1430 H di televisi. Fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi. Universitas Islam Syarif Hidayatullah, Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/957/1/SITI%20SOPIANAH-FDK.pdf> (di akses pada 27 Februari 2018 Pukul 19.00 WIB)
- Utami, Dinaryani Putri, Ratih Hasanah, S.Sos,M.Si, Dan Diah Agung Esfandari,B.A.,M.Si. (2015)Representasi humanism dalam iklan the guardian versi *three little pigs* (analisis semiotika pada iklan the guardian versi *three little pigs*). E-Proceeding of Management :Vol.2, No.3 Page 4382. <http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2481/2355> (diakses pada hari selasa, 27 feb 2018, Pukul 14:36 WIB)
- Wahyuningsih, Hepi. (2009) Validitas Konstruk Alat Ukur *Spirituality OrientationInventory* (SOI). JURNAL PSIKOLOGI. Vol. 36, 116-129. <https://journal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7890> (diakses pada 28 april 2018 Pukul 12:42 WIB)
- Zhao, Xin and Russell W. Belk. (2008) Politicizing Consumer Culture: Advertising's Appropriation of Political Ideology in China's Social Transition. JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH, Inc. Vol.35. https://www.researchgate.net/profile/Russell_Belk/publication/23547448_Politicizing_Consumer_Culture_Advertising's_Appropriation_of_Political_Ideology_in_China's_Social_Transition/links/571e23b508aeaced7889da73/Politicizing-Consumer-Culture-Advertisings-Appropriation-of-Political-Ideology-in-Chinas-Social-Transition.pdf (diakses pada 4 maret 2018, Pukul 9:21 WIB)

Website:

<http://www.awdelivery.co.id/profile.html> diakses pada 18 februari 2018, Pukul 9:35 WIB

<https://www.calmic.co.id/hygiene-restoran/rekomendasi-hygiene-restoran/> diakses pada 20 feb 2018, Pukul 10:41 WIB

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia> diakses pada 26 juni 2018, Pukul 18:30WIB

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4004739/youtube-tembus-18-miliar-pengguna-itu-baru-yang-terdaftar-saja> diakses pada 28 juni 2018, Pukul 14:13WIB

