

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Anggito, & Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher)
- Armstrong, G., Kotler, P. (2017). *Marketing: An Introduction*, 13th edition. Harlow: Pearson Education
- Callen, B. (2009). *Managers guide to marketing, advertising, and publicity*. McGraw Hill Professional.
- Darma, S., Sahri, G., Hasibuan, A., Wirta, I. W., Silitonga, I. D., ... & Hasyim, M. (2022). *Pengantar Teori Semiotika*. Media Sains Indonesia.
- de Saussure, F. (2011). *Course in General Linguistics (Edited by Charles Bally and Albert Sechehaye, Translated by Wade Baskin)*. Columbia University Press
- Denzin, K.N. Lincoln, S.Y. (1994). *Hand Book of Qualitative Research*. London- New Delhi: Sage Publications
- Devito, J.A. (2014). *Human Communication: The Basic Course, 13<sup>th</sup> edition*. Pearson.
- Dominick, J.R. (2004). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age, 8<sup>th</sup> edition*. New York: McGraw-Hill.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media
- Foster, B. (2020). *Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Merek*. Bitread Digital Publishing
- Giles, J., & Middleton, T. (2008). *Studying culture: a practical introduction*. John Wiley & Sons.
- Guolla, M. A., Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective, 6<sup>th</sup> Canadian Edition*. Mc Graw Hill.
- Hadi, A., Asrori, Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Pena Persada.
- Hall, S. (2003). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series)*. Sage Publications.
- Jaiz, M. (2014), *Dasar-dasar periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management, 6th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatara
- Lee, M., Johnson, C. (2013). *Principles of advertising: a global perspective*. Routledge.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Encyclopedia of Communication Theory*. In Family Communication. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Panuju, Redi. (2019), *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Roberts, Kevin. (2004). *Lovemark: The Future Beyond Brands*. New York: PowerHouse Books.
- Romdhoni, Ali. (2016). *Semiotika: Metodologi Penelitian*. Depok: Literatur Nusantara.
- Shimp, T. A. Andrews, C. J. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, Ninth Edition*. USA: Cengage Learning.
- Saifullah, Ruhendi. A. (2018). *Semantik dan Dinamika Pergulatan Makna*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Sobur, Alex. (2006). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing. Edisi Keempat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran, edisi kedua*.
- Tasnim, T., Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., ... & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 8, 30.
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (1995). *Advertising: Principles and Practice (3rd ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wibowo, I. S. W. (2006). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 17.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Deepublish.

### **Jurnal & Publikasi:**

- Astuti, P., Asteriani, F., Sulaiman, M., & Putri, T. A. (2017). Menemu-Kenali Karakteristik Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Jalan Kaharuddin Nasution Kota Pekanbaru. *Prosiding Konferensi Nasional Teknik Sipil Dan Perencanaan (KN-TSP) "Inovasi Teknologi Smart Building Dan Green Construction Untuk Pembangunan Yang Berkelanjutan*, 299-309.
- Afriana, F., Rahayu, A. P., & Agustiningrum, H. (2017). Hierarki Efek Model pada Tayangan Iklan Youtube. *Inter Komunika*, 2(2), 140-145.
- Alfanyur, Andarusni, and M. M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150
- Anwar, L. P. (2022). Analisis Semiotika Tentang Representasi Disfungsi Keluarga Dalam Film Boyhood. *JDMR: Journal of Discourses and Media Research*, 1(1), 60-78.
- Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index-insights from Facebook, Twitter and Instagram. *Journal of retailing and consumer services*, 49, 86-101.

- Baldan, F. M., Septiyani, R. E. (2023). Analisis Semiotika Dalam Iklan Rokok “Wismilak Diplomat - Switch to Success, Arti Sebuah Kesuksesan”: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Sinestesia*, 13(1), 26–41
- Cho, E., Fiore, A. M., Russell, D. W. (2015), “Validation of a fashion Brand image scale capturing cognitive, sensory, and affective associations: testing its role in an extended Brand equity model.” *Psychology and Marketing*, Vol. 32 No. 1, pp. 28-48.
- Ekasaputra, V, Widyatmoko. (2019), Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK – Vertibokek.” *Prologia*, 3(1), 289–298
- Ferdy, R., Sari, W. P. (2020). Pengaruh iklan billboard Gojek versi# uninstalkhawatir terhadap brand awareness. *Prologia*, 4(1), 106-112.
- Ginting, Y. M., Ralahallo, F., Karnowati, N. (2022), Analisis Brand Image Dan Loyalitas Konsumen Melalui Pengaruh Brand Awareness, Lovemark, Dan Inovasi Produk (Studi Terhadap Konsumen Sepeda Motor Honda Di Riau). *Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2). 49-58.
- Giovanis, A., Athanasopoulou, P. (2018), "Understanding lovemark brands: Dimensions and effect on Brand loyalty in high-technology products", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3). 272-294.
- Hadi, S. (2017). Pemeriksaan Keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1).
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas iklan layanan masyarakat di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67-72.
- Ilchenko, O., Chumak, V., Kuzmenko, S., Shelukhin, O., & Dobrovinskyi, A. (2019). Fishing as a cybercrime in the Internet banking system: economic and legal aspects. *J. Legal Ethical & Regul. Issues*, 22(1).
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Karlina, N. H. (2018). Analisis Semiotika Dan Pesan Sosial Pada Iklan Coca-Cola Versi Avatar. *Artcomm*, 1(1), 7-16.
- Lastdrager, E.E. (2014). Achieving a consensual definition of phishing based on a systematic review of the literature. *Crime Sci*, 3(9).
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Madani, A., Ambarwati, J. (2023). Subkultur Anak Muda Dalam Iklan Kopi Di Indonesia: Kajian Semiotika Roland Barthes. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra dan Linguistik*, 24(2), 212-227.
- Mulyadi, M., Nurdin, A. A., Anjani, A. A., Alamsyah, F. D., Sifana, F., Yudistio, M. A., ... & Rabbani, R. A. A. (2024). Analisis Penipuan Online Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Kriminologi. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(2), 74-82.
- Patriansah, M., Sapitri, R., Nugraha, M. I. (2023). Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Layanan Masyarakat ‘Stop Hoax’indosiar. *Artchive: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 4(1), 92-111.

- Piliang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial. *Jurnal Sositeknologi*, 11(27), 143-156.
- Puspito, G. (2010). Warna Umpan Tiruan pada Huhate. *Jurnal Saintek Perikanan* 6(1), 1-7.
- Putra, F. P. E., Zulfikri, A., Arifin, G., & Ilhamsyah, R. M. (2024). Analysis of Phishing Attack Trends , Impacts and Prevention Methods: Literature Study. *Brilliance: Research of Artificial Intelligence*, 4(1), 413-421.
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). Citra merek, kepercayaan merek dalam mewujudkan loyalitas merek produk aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
- Simanullang, E. P., & Yesicha, C. (2018). Representasi Poligami Dalam Film Athirah (Studi Analisis Semiotika John Fiske). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 1-15.
- Surahman, S. (2014). Representasi Perempuan Metropolitan dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Susanto, D., Risnita, Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Usili, H. B., Labaro, I. L., & Kayadoe, M. E. (2015). Pengaruh umpan buatan warna merah dan kuning terhadap hasil tangkapan pancing pompa di perairan pantai Desa Bajo, Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 2(1), 14-18.
- Wardhana, A. (2020). Pengaruh Brand Respect Terhadap Lovemark Pada Produk Smartphone Asal China. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 43-53.
- Wright, A., Aaron, S., & Bates, D. W. (2016). *The Big Phish: Cyberattacks Against U.S. Healthcare Systems*. *Journal of General Internal Medicine*, 31(10), 1115–1118.
- Whitty, M.T. (2017). Predicting susceptibility to cyber-fraud victimhood. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 277-292.

### **Laman Online:**

- Anam, K. (2023). Paling Rendah di ASEAN, Tingkat Literasi Digital RI Cuma 62%. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230214171553-37-413790/paling-rendah-di-asean-tingkat-literasi-digital-ri-cuma-62> (Diakses pada 9 Juni 2024)
- APJII. (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. <https://survei.apjii.or.id/> (Diakses pada 19 Desember 2023)
- BCA. Sejarah BCA. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/sejarah-bca> (Diakses pada 19 November 2024)
- Databoks. (2023). Indeks Literasi Digital Indonesia Terus Meningkatkan sampai 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/preview/2023/12/14/indeks-literasi-digital-indonesia-terus-meningkat-sampai-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20tersebut%2C%20nilai%20total,2021%2C%20seperti%20terlihat%20pada%20grafik> (Diakses pada 9 Juni 2024)

- Dentsu. (2023). Global Ad Spend Forecasts. <https://insight.dentsu.com/ad-spend-may-2023/> (Diakses pada 20 Desember 2023)
- Jakpat. (2022). Indonesia E-Commerce Trends 1st Half of 2022. <https://insight.jakpat.net/indonesia-ecommerce-trends-of-1st-half-2022-jakpat-survey-report/> (Diakses pada 20 Desember 2023)
- Jakpat. (2023). Indonesia E-Commerce Trends 2nd Half of 2022. <https://insight.jakpat.net/indonesia-e-commerce-trends-2nd-half-of-2022/> (Diakses pada 20 Desember 2023)
- Nielsen. (2022). Nielsen launches streaming content ratings enabling cross-media measurement in Indonesia. <https://www.nielsen.com/news-center/2022/nielsen-launches-streaming-content-ratings-enabling-cross-media-measurement-in-indonesia/> (Diakses pada 20 Desember 2023)
- Octaviano, A., Dewi, H. K. (2024). Tak Pandang Bulu, OJK: Masyarakat Berpendidikan Tinggi Bisa Kena Penipuan Investasi. <https://keuangan.kontan.co.id/news/tak-pandang-bulog-ojk-masyarakat-berpendidikan-tinggi-bisa-kena-penipuan-investasi/> (Diakses pada 13 Desember 2024)
- Patoppoi, B. (2024). Migrant Care Ungkap Sarjana hingga Ahli Teknologi Paling Rawan Terjebak Scamming *Online*. <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2024/migrant-care-ungkap-sarjana-hingga-ahli-teknologi-paling-rawan-terjebak-scamming-online/> (Diakses pada 13 Desember 2024)
- Prastya, D. (2024). Riset Orang Indonesia Rawan Jadi Korban Penipuan *online*. <https://www.suara.com/tekno/2024/02/01/093231/riset-orang-indonesia-rawan-jadi-korban-penipuan-online-dan-kebocoran-data-di-2024> (Diakses pada 21 Mei 2024)
- Reinart, W. J., Saffret, P. (2013). Creativity in Advertising: When It Works and When It Doesn't. <https://hbr.org/2013/06/creativity-in-advertising-when-it-works-and-when-it-doesnt> (Diakses pada 20 Desember 2023)
- Simpson, L. (2015). Zippo Lighters Lit the Way in World War II. <https://www.heinzhistorycenter.org/blog/western-pennsylvania-history-zippo-lighters-and-world-war-ii/> (Diakses pada 15 Desember 2025)
- Statista. (2024). Advertising Indonesia <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/indonesia> (Diakses pada 23 Desember 2025).
- Statista. (2024). Advertising Indonesia <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/worldwide> (Diakses pada 23 Desember 2025).
- Tempo. (2023). Sebab Orang Indonesia Gampang Tertipu Transaksi *Online*. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/sebab-orang-indonesia-gampang-tertipu-transaksi-online-113889/> (Diakses pada 19 November 2024)