

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiman, Kris. (2005). *Ikonisitas: Semiotika Sastra dan Seni Visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Canfield, Jack dan Janet Switzer. (2005). *The Success Principles: Cara Beranjak dari Posisi Anda Sekarang ke Posisi yang Anda Inginkan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John, (1997). *Television Culture*. London: Rotledge.
- Hall, Stuart, Jessica Evans dan Sean Nixon. (2013). *Representation: Cultural Represetation and Signifying Practices 2nd Edition*. Essex: Sage Publication.
- Kasali, Renald. (1992). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU Ekonomi UI
- Kertamurti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali.
- Kriyanto, Rachmat. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang: UB Press.
- Moleong, Lexy. J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mufid, Muhammad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Cetakan Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- (2015). *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Soekarno. (2006). *Filsafat Pancasila Menurut Bung Karno*. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo

Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.

Suryopranoto. (2011). *Pokok Bahasan Nilai Kejuangan*. Slideshow Materi Perkuliahan. <https://www.scribd.com/doc/95695647/7-KEJUANGAN>

Vera, Nawiroh. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Warta Laporan Daerah: Terbitan berkala bulanan Direktorat Publikasi Volume 15 Issue 5, Departemen Penerangan RI. (1995). Departemen Penerangan-Direktorat Jendral Publikasi.

Jurnal dan Skripsi

Aldira, Nabila Putri. (2018). E-Journal: *Representasi Nilai –Nilai Bhinneka Tunggal Ika Dalam Film Tabula Rasa (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Riau: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/17440> (diakses pada 02/10 pukul 17.38).

Dewi, Inge Yulistiwa. (2015). Skripsi: *Representasi Nilai-Nilai Pendidikan Karakter pada Tokoh Yan dalam Film Sebelum Pagi Terulang Kembali (Analisis Semotika Charles Sanders Peirce)*. Banten: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

http://repository.fisip-untirta.ac.id/547/1/SKRIPSI_Inge%20Yulistia%20Dewi_6662111485%20-%20Copy.pdf (diakses pada 30/09 pukul 18.18)

Dewi, Murti Candra. (2013). E-Journal: *Representasi Pakaian Muslimah dalam Iklan (Analisis Semiotika Charles Sanders Peice pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1171> (diakses pada 24/09 pukul 14.45)

Gora, Radita. (2016). E-Journal: *Representasi Perempuan dalam Iklan Televisi (Studi Analisa Semiotika Iklan Beng-Beng versi “Great Date”)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia.

<https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/32> (diakses pada 24/09 pukul 11.40)

Kolly, Andreas Stenly. (2013). E-Journal: *Analisis Semiotika Representasi Kebudayaan Indonesia dalam Iklan Kuku Bima Energi versi Flores, Nusa Tenggara Timur di Media Televisi (Analisis Semiotika Charles Pierce)*. Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

<http://www.portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1316> (diakses pada 24/09 pukul 11.42)

Nurmaisarah. (2017). Skripsi: *Komunikasi Lintas Budaya dalam Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Representasi Budaya Tionghoa dalam Iklan Youtube "Bukalapak Emang Cincai")*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/4145/130904054.pdf?sequence=1> (diakses pada 30/09 pukul 18.22)

Padila, Akhmad. (2013). Skripsi: *Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Parfum Axe versi "Heaven On Earth di Televisi)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<http://digilib.uin-suka.ac.id/12638/2/BAB%20I%20IV%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf> (diakses pada 08/11 pukul 23.17)

Prayoga, Rila Hesti. (2018). Skripsi: *Representasi Nasionalisme dalam Iklan Bukalapak versi "Dirgahayu Kemerdekaan Indonesia" (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

http://digilib.uinsby.ac.id/22864/1/Rilla%20Hesti%20Prayoga_B96214104.pdf (diakses pada 30/09 pukul 16.31)

Zaidatunniamah. (2013). Skripsi: *Nilai – Nilai Nasionalisme dalam Iklan (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure pada Iklan Coca-Cola versi "Sumpah Pemuda Reasons to Believe" di Televisi)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<http://digilib.uin-suka.ac.id/7425/> (diakses pada 30/09 pukul 16.32)

Sumber Lain

Warta, Martha. (2018). Nielsen: *Belanja Iklan 2017 Tumbuh 8 Persen, TV Mendominasi*. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1057459/nielsen-belanja-iklan-2017-tumbuh-8-persen-tv-mendominasi/full&view=ok>, diakses pada 24/09, pukul 15.00.

Tata Nilai Budaya Kerja. (2018). SK Rektor UPN “Veteran” Jakarta Nomor: KEP/050.1/UN61/2018. Diakses dari <http://www.upnvj.ac.id/id/tentang-upn/tata-nilai-budaya-kerja.html> pada 02/11 pukul 13.50.

