

DAFTAR PUSTAKA

- Aart Van Zoest. Panuti Sudjiman. (1991) *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Afrisia, R.S (2015). *CNN Indonesia: Menulis di Bawah Nama Wanita atau Pria?* Retrieved October, 8, 2018 from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20150807132314-241-70681/menulis-di-bawah-nama-wanita-atau-pria>
- Anggraini, Ervina. (2017). *CNN Indonesia: Samsung Galaxy Tab A6, Alasan Tablet dengan S Pen itu Perlu*. Retrieved Januari, 1, 2018 from <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20170111135642-185-185591/samsung-galaxy-tab-a6-alasan-tablet-dengan-s-pen-itu-perlu>
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). *Marketing meets web 2.0, Social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy*. Retrieved October, 29, 2018 from https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/files/11907516/Berthon_Pitt_Plangger_Shapiro_wo_comments.docx
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Bumn.go.id. (2017) *Psikologi Warna - Arti Warna dan Dampak-nya* Retrieved December, 5, 2018 from <http://www.bumn.go.id/istaka/berita/0-Psikologi-Warna--Arti-Warna-dan-Dampak-nya>
- Cangara Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo
- Chandra, Edy. (2016). *Analisis Komunikasi Visual Budaya Hippies Dalam Iklan Surfer Girl "Summer Holiday @Grand City Surabaya"* Retrieved October, 31, 2018 from <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=comm&page=article&op=view&path%5B%5D=79>
- Dewi, A.K. (2017). *Analisis Ideologi Visual pada Iklan Cetak Adidas Versi Chumu Yen, "No One Gets Up When A Whole World Kicks"*. Retrieved October, 31, 2018 from <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekarupa/article/download/1700/1661>
- Dewi, A.K, Hafiz Aziz Ahmad & Achmad Syarief. (2017). *Persepsi Audiens terhadap Penerapan Ciri Gerak pada Iklan Cetak*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan, Vol 02, No 02
- Diana, Jessica Kartika & Rudyant. (2016). *Logo: Visual Asset Transitions*. Jakarta: PT Gramedia.

- DP, Deny Supratman. (2013). *Penokohan Pada Iklan Layanan Masyarakat Pekan Imunisasi Nasional*, Vol 1, No 1, hal 15
- E., Sharon Smaldino, L., Deborah L & D., James Russel. (2011). *Intructional Technology and Media for Learning: Teknologi Pembelajaran dan Media untuk Belajar Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Sleman: Deepublish.
- Givens, David B. (2006). *The Nonverbal Dictionary*. Washington: Center for Nonverbal Studies
- Haryadi, Toto. (2016). *Analisis Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi “Es Kacang Ijo” Dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Hastuti, Sri. (2013). *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Retrieved October, 31, 2018 from <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=291444&val=2292&title=EFEKTIVITAS%20IKLAN%20LAYANAN%20MASYARAKAT%20DI%20TELEVISI>
- Hestanto (2018). *Logo Sebagai Identitas Perusahaan*. Retrieved December, 31, 2018 from <https://www.hestanto.web.id/logo-sebagai-identitas-perusahaan/>
- Ilevenia, Indri Ginting. (2018). *Kepercayaan Masyarakat terhadap Berita Palsu/Hoax di Facebook*. Published thesis, Universitas Sumatra Utara.
- Ishak, Muhammad Taufik & Mohammad Mochsen Sir. (2005). *Pembacaan Kode Semiotika Roland Barthes Terhadap Bangunan Arsitektur Katedral Evry Di Prancis Karya Mario Botta*, *Jurnal Arsitektur FT-Unhas* Volume 2 No. 1, April 2005, hal. 85-92
- Kinasih, A.N, Irwandi & Kusri. (2017). *Aspek Persepsi dan Emosi dalam Foto Iklan Layanan Masyarakat “Safety Riding” : Kajian Fotografi dengan Perspektif Psikologi*. *Journal of Photography, Arts, and Media*, Volume 1, Nomor 1, hal 68
- Lantowa. Jafar, Marahayu, N. & Khairussibyan, Muh. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Deepublish.
- Madjadikara, A.S. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Mahardika, Ratih. (2016). *Analisa Semiotika Sosial Pada Iklan Cetak Axe Effect – Body Spray* Retrieved December, 30 2018 from <http://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/download/194/127/>
- Martin, Bella, Hanington Bruce. (2012). *Universal Methods of Design*. Beverly, Rockport
- Mastel.id (2017). *Press Release: Infografis Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah HOAX Nasional* Retrieved September, 2, 2018 from <https://mastel.id/press-release-infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja. Rosdakarya
- Niagaweb.co.id (2016). *Kapan Waktu Yang Tepat Posting Di Media Sosial?* Retrieved September, 30, 2018 from <https://www.niagaweb.co.id/blog/waktu-tepat-posting-media-sosial/#>
- Noviani, Ratna. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Novianty, Dythia. (2016). *Survei: Konsumen pilih Cek Email pakai Smartpone*. Retrieved Januari, 1, 2019 from <https://autotekno.sindonews.com/read/1075063/122/survei-konsumen-pilih-cek-email-pakai-smartphone-1452142745>
- P, Dyan Novika. (2017). *Menebak Karakter Cewek Dari Cara Duduk*. Retrieved November, 13, 2018 from <http://www.gadis.co.id/Ngobrol/menebak-karakter-cewek-dari-cara-duduk>
- Rachmatunnisa. (2015). *Detikinet: Bangun Tidur Ku Terus...Cek WhatsApp!* Retrieved November, 4, 2018 from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3071699/bangun-tidur-ku-terus-cek-WhatsApp>
- Randy, Eka. (2018). *Laporan DailySocial: Distribusi Hoax di Media Sosial 2018* Retrieved September, 30, 2018 from <https://dailysocial.id/report/post/hoax-distribution-through-digital-platforms-in-indonesia-2018>
- Rebecca. (2016). *progresstech.co: Waktu Terbaik untuk Posting di Media Sosial*. Retrieved October, 5, 2018 from <https://www.progresstech.co.id/blog/waktu-posting-sosial-media/>
- Rhoades, Emily B. and Irani, Tracy (2008) *""The Stuff You Need Out Here"": A Semiotic Case Study Analysis of an Agricultural Company's*

Advertisements," Journal of Applied Communications: Vol. 92: Iss. 3. Retrieved October, 31, 2018 from <https://newprairiepress.org/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.co.id/&httpsredir=1&article=1212&context=jac>.

Sari, Fitriana Monica. (2018). *Liputan6.com: Catat! Ini Waktu Tepat Update Status dan Promosi di Media Sosial*. Retrieved October, 2, 2018 from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3601500/catat-ini-waktu-tepat-update-status-dan-promosi-di-media-sosial>

Sawa, B.B (2014). *Dumetschool: Teori Tipografi Jenis Huruf Part 1* Retrieved November, 2, 2018 from <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1>

Setiawan, Agus. (2015). *Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Tinjauan Perancangan Ilm Karya Mahasiswa Dkv Udinus)*, hal 18.

Seto, Indiwana W.W. (2004). *Semiotika Komunikasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media

Seto, Indiwana W.W. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media

Simon Kempt. (2018) *Digital In 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark* Retrieved September, 1, 2018 from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Subaktio, Henry dan Ida, Rachma. (2012). *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Sujatmiko, Guguh. (2018). *Analisis Semiotika Komunikasi Visual Iklan Minute Maid Pulpy* Retrieved October, 31, 2018 from <http://repository.ubaya.ac.id/32310/1/Guguh%20Sujatmiko%20UBAYA%20202.pdf>

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

The John Hopkins University Press. (2013). *Literary Advertising and the Shaping of British Romanticism by Nicholas Mason*. Baltimore, Retrieved 20 Desember 2018 from <https://books.google.co.id/books?id=VaQ-AAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Tim APJII. (2018). *Buletin APJII Edisi 22-2018*. Jakarta: APJII

Tim Penulis Prodi DKV ISI FSR ISI Yogyakarta, Studio Diskom (2007). *Irama Visual: Dari Toekang Reklame sampai Komunikator Visual, Program Studi Disain Komunikasi FSR ISI*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Tinarbuko, Sumbo. (1998). *Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*. Tesis. Bandung: ITB
- Tinarbuko, Sumbo. (2003). *Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Vol. 5, No. 1, hal 31 – 47.
- Triadi, Dendy & Addy Sukma Bharata (2010). *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Unileverfoodsolutions.co.id. (2018) *Tradisi minum teh orang Indonesia* Retrieved 20 Desember 2018 from <https://www.unileverfoodsolutions.co.id/id/inspirasi-chef/teh-dan-bisnis-kuliner/tradisi-minum-teh-orang-indonesia.html>
- Vota, Wayan. (2018). *The WhatsApp Gender Gap Will Surprise You!* Retrieved October, 30, 2018 from <https://www.ictworks.org/WhatsApp-gender-gap-will-surprise/#.XC4sJ9IzbYj>
- Waluyanto, H.D. (2005). *Komik sebagai Media Komunikasi Pembelajaran*. Jurnal Nirmana: Vol. 7, No. 1
- Widyatama, Rendra. (2007). *Buku Pengantar Periklanan, cet 6*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo
- Yuliani, Ayu. (2017). *Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia*. Retrieved October, 30, 2018 from https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media