

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Antar, V. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. V Antar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media 20, 2004.

Khotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran (11th ed.)*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Palupi, Dyah Hasto & Teguh Sri Pambudi. (2006). *Advertising that sells*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Puntoadi, Danis (2011) *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. .

Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (18th ed.)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nawawi, H. (2005). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Rackhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. (2003). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Husein Umar. (2005). *“Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komuniaksi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

Widyatama, R. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Alex Sobur. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Indiwan Seto Wahyu Wibowo. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi* . Jakarta: Mitra Wacana Media.

Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Arikunto Suharsini. (2003). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deddy Mulyana dan Solatun. (2007) *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Alex Sobur. (2002) *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Burhan Bungin. (2009) *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Fandy Tjiptono, (2005) *Pemasaran Jasa, Edisi pertama*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Hamzah, R. & Ismail F. (2008). *Asertif Program Mengajar*. Malaysia : UTM Press.
- Mansoer. (2001). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mulyana, Deddy. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Ratna Noviani. (2002) *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Zaimar, Okki K.S. (2008). *Semiotik dan Penerapannya dalam Karya Sastra*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Gulo. (2002) *Metodologi Penelitian*. Grasindo, cet. Jakarta.
- Conny R. Semiawan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Antar, Venus. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal:

- Sigit Surahman, Indrianti Azhar, Ignatius Liliek. (2018). KONSTRUKSI PERAN PEREMPUAN PADA IKLAN CETAK MANDIRI PRIORITAS DI MAJALAH TERAS (Studi Analisis Semiotika Charles S. Peirce). Volume 12 (2). hal 230-246.

- Andrianto, N. (2018). Pesan Kreatif Iklan Televisi Dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 17–31. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.336>
- Amelia, C. (2013). *Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017 Page 1. 4(2)*, 1–15.
- Rini Fitria. (2015). Analisis Charles Sanders Peirce daam iklan kampanye pasangan calon Gubernur dan wakil gubernur provinsi Bengkulu Tahun 2015. <https://Ejournal.Iainbengkulu.Ac.Id/Index.Php/Manhaj/Article/View/698>, 6(1),44–50. <https://doi.org/https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/698>
- Riyantini, R., & Khatiri, N. (2021). Inovasi Dalam Iklan : Analisis Isi Pesan # Startridingmigo Di Instagram Innovation in Advertising : Content Analysis of # Startridingmigo Messages on Instagram. 5(2), 65–74.
- Subandrio, A. (2013). MAKNA TANDA IKLAN SIMPATI DAPAT UNTUNG MODAL JEMPOL DITINJAU TEORI SEGITIGA MAKNA SAUNDERS PEIRCE. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1–9.
- Andrianto, N. (2018). Pesan Kreatif Iklan Televisi Dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 17–31.
- Bradford, Levi (17 May 2017). "*Gainesville, it turns out, is the actual 'home of the Whopper'*". *Gainesville Sun*.
- Brandau, Mark (28 March 2011). "*BK's Chidsey to resign in April*". *Nation's Restaurant news*. Diakses tanggal 26 June 2011.
- Creeber, G. & Martin, R (ed.). (2009), *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press
- Pada, P., Di, E., Novi, H. E., & Sutrisn, E. (2013). *Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017 Page 1. 4(2)*, 1–15.
- Savira, F., & Suharsono, Y. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Weningtyas, E. D. M. N. S. (2012). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Psikologika*, 17(1).
- Honeya, Allfar, Y. A. and R. P. G. (2012). Pengaruh Pelatihan Komunikasi Asertif pada Perawat Pelaksana yang Mengalami Konflik Interpersonal terhadap Kinerjanya dalam Memberikan Asuhan Keperawatan di Ruang Rawat Inap RSUD Solok. *Jurnal Keperawatan*, 8(2), 147–153.

Astuti, Santi Indra. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Benteng.

Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia: Jakarta.

Marcel Danesi, Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenal Semiotika dan Teori Komunikasi, terjemahan Evi setyarini dan Lusi Lian Piantari (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm. 293.

Skripsi :

Ariestrianti, Shinta. (2018). *Pemaknaan Logo Perusahaan KXSTART! (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*.

Internet :

www.bk.com

<https://www.urbanasia.com/keren-burger-king-stop-jual-whopper-demi-dukung-campaign-mcdonalds-U3856>, diakses pada 17 Desember 2020 pukul 14.00.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20201103/12/1313185/mengharukan-burger-king-minta-masyarakat-beli-mcdonalds-ada-apa>, diakses pada 17 Desember 2020 pukul 17.00.

<https://youtu.be/PlnFLcL08dY>, diakses pada 20 Desember 2020 pukul 20.20.

<https://www.instagram.com/p/CHP6whHBKzJ/?igshid=1i6t2bqf2dg69>, diakses pada 20 Desember 2020 pukul 21.20.

www.majalahkajianmediadictum.com, diakses pada 17 Desember 2020 pukul 22.00.

<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-social-media-marketing/#.YAj6c5MzY0o>, diakses pada 15 Januari 2021 pukul 10.00.

<https://nboindonesia.com/assertiveness-the-new-way/>, diakses pada 15 Januari 2021 pukul 10.20.

<https://elitemarketer.id/productivity/apa-itu-digital-marketing-2/>, diakses pada 15 Januari 2021 pukul 10.27.

<https://www.universitaspikologi.com/2019/04/teori-asertifitas-pengertian-komponen-prilaku-asertif.html>, diakses pada 05 Februari 2021 pukul 07.00.

Kemp, S. (2019). "Digital 2019: Global Digital Yearbook Data Reportal Global Digital Insights." Diunduh pada tanggal 01 Februari 2021, dari https://datareportal.com/reports/digital2019-global-digitalyearbook?utm_source=Reports.

Akhmad Muzakki, Kontribusi Semiotika Dalam Memahami Bahasa Agama hlm 14 Al-Irfan, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020.