

DAFTAR PUSTAKA

- Alanagreh, L., Alzoughool, F., & Atoum, M. (2020). The human coronavirus disease covid-19: Its origin, characteristics, and insights into potential drugs and its mechanisms. *Pathogens*, 9(5).
<https://doi.org/10.3390/pathogens9050331>
- Ardia, V., Indriawan, & KN, J. (2020). Analisis Semiotika Iklan Gojek Versi “Cerdikiawan.” *Kajian Ilmu Sosial*, 1(2), 71–79.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/kais/>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- As’ad, & Turofiah, H. (2019). Konsep Diri Waria Sebagai Kepala Rumah Tangga. *Maddah*, 1(1), 99–116.
- Aziah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *JURNAL HUMANIORA BINA SARANA INFORMATIKA*, 3(2), 191–198.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.107>
- Basri, S. Q. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *Jurnal Seni Tari Drama*, 2(1), 55–69.
- Bungin, B. (2009). Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. *Kencana Prenada Media Group*.
<https://doi.org/10.1186/1758-5996-1-20>
- Daffa, M., Alhaq, U., Studi, P., Komunikasi, I., Yogyakarta, U. M., Al-wafi, M. H. Y., Studi, P., Komunikasi, I., Yogyakarta, U. M., Firstiansyah, S. Z., Studi, P., Komunikasi, I., & Yogyakarta, U. M. (2022). *Representasi Ayah Ideal dalam Iklan Asuransi MetLife Versi “ My D ad ’ s Story Dream for My Child ” Tahun*. 3(1).
- Djamereng, A. (2018). Analisa Semiotika pada Iklan di Televisi (Iklan Wardah dan Iklan Total Almeera). *Jurnal Al-Khitabah*, 4(1), 1–17. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/view/4713>
- Dwi Ananda, S. S., & Apsari, N. C. (2020). Mengatasi Stress Pada Remaja Saat Pandemi Covid-19 Dengan Teknik Self Talk. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 248.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.29050>
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Bauran 8p Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Kenangan Bandung. *EProceedings ...*, 7(2), 6192–6203.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13984/13724>

- F, M. N. T., & Fuady, M. E. (n.d.). *Representasi Peran Ayah dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini*. 557–561.
- Fahrudin, Z., & Abu Safar, K. (2021). REINTERPRETASI “MAQOM KAROMAH” DI TENGAH MASYARAKAT DALAM KAJIAN SEMIOTIK CHARLES SANDERS PEIRCE. *Journal of Educational and Language Research, Vol.1, No.*(September), 188–194.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 1*(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); Issue June). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Flew, T. (2008). *Media Baru : Sebuah Permulaan*. Universitas Indonesia Press. Universitas Indonesia Press.
- Freddy H. Istanto. (2004). Rajutan Semiotika Untuk Sebuah Iklan Studi Kasus Iklan Long Beach. *Nirmana, 2*(2), 113–127. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16058>
- Guidoni, D. L., Maia, G., Souza, F. S. H., Villas, L. A., & Loureiro, A. A. F. (2020). Vehicular Traffic Management Based on Traffic Engineering for Vehicular Ad Hoc Networks. *IEEE Access, 8*, 45167–45183. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2978700>
- Halik, A. (2013). *Dokumentasi*. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf)
- Hareyah, Y. (2017). (*Analisa Semiotika Iklan Rokok Djarum Black*). *04*(02), 1–26.
- Hasan, H., Boham, A., & Runtuwene, A. (2019). Manajemen Koleksi Deposit Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Tidore Kepulauan. *Acta Diurna Komunikasi, 1*(3), 1–14.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum, 8*(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Ikhsan, A. (2021). *PERAN MEDIA SOSIAL BAGI KOMUNITAS TRANSPORTASI ONLINE DI CIMAHI*. *5492*, 121–130.
- Istiani, A. N., Widhiyatmoko, Y. Y., Raden, U., Lampung, I., & Lampung, U. (2020). *Komunika. 3*(2), 151–174.
- Junior, M. S. (2018). Fungsionalitas Konflik Gojek: Studi Fenomenologi Terhadap Konflik Pengemudi Gojek Di Kota Kediri. *Jurnal Analisa Sosiologi, 6*(1). <https://doi.org/10.20961/jas.v6i1.18176>
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen periklanan, teori dan praktek* (T. U. Press (ed.)).
- Li, H., Liu, S. M., Yu, X. H., Tang, S. L., & Tang, C. K. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19): current status and future perspectives. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 55(5), 105951. <https://doi.org/10.1016/j.ijantimicag.2020.105951>
- Mallo, H. A. R., & Nugroho, P. I. (2021). Analisis Pendapatan Pengemudi Ojek Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Salatiga. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 67. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.33382>
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 60–66. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Morrar, R., Arman, H., & Mousa, S. (2017). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11), 2. <https://doi.org/10.22215/TIMREVIEW/1396>
- Nathaniel, A., & Sannie, A. W. (2020). Analisis Semiotika Makna Kesendirian Pada Lirik Lagu “Ruang Sendiri” Karya Tulus. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 19(2), 41. <https://doi.org/10.19184/semiotika.v19i2.10447>
- Ningrum, M. A. (2017). Peran Keluarga dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan (Teori Dan Praktik)*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.26740/jp.v2n1.p39-43>
- Nugraha, A. R. (2020). Organisasi Ojol: Ada 4 Juta Driver Ojol di Indonesia. *KumparanTECH*. <https://kumparan.com/kumparantech/organisasi-ojol-ada-4-juta-driver-ojol-di-indonesia-1tBrZLEXOEI/full>
- Paramita, S., & Chaniago, A. (2018). Representasi Identitas Tomboy Dalam Film Inside Out. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.30813/S:JK.V11I2.1169>
- Permatasari, I., & Yenny, Y. (2019). Budaya Populer: Representasi dalam Film “My Generation” Karya Upi Aviyanto. *Jurnal Kajian Media*, 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.25139/jkm.v3i1.1709>
- Phuong Nguyen, X. (2019). the Bus Transportation Issue and People Satisfaction With Public. *Mechanical Engineering Research & Developments (JMERRD)*, 42(1), 1–7. <http://doi.org/10.26480/jmerd.01.2019.10.16>
- Pramesti, R.C., Mursityo, Y.T., dan Rokhmawati, R. . (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4170–4177.

- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 259–265.
- Rohmaniah, A. F. (2021). Kajian Semiotika Roland Barthes. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 124–134.
<https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i2.308>
- Sasmita, U. (2017). Representasi maskulinitas dalam film disney moana. *Jurnal Online Kinesik*, 4(2), 127–144.
- Septanto, H. (2016). Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 213–219.
- Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. PT: Remaja Rosdakarya.
- Soelistyowati, R. D. (2018). Peran Youtube dalam Membangun Brand Image bagi Pengguna Aplikasi Gojek. *DiMCC Conference Proceeding*, 1(0), 165–176.
<http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/DIMCC/article/view/515>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Wibisono, J. A., Tjahjo, J. D. W., & Wahjudianata, M. (2017). Representasi Orientalisme Dalam Film the Great Wall. *Scriptura*, 7(1), 36–45.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.7.1.36-45>
- Wijanarko, Y. A. (2007). Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencapresan Jokowi di Media Massa. *Jurnal Komunikasi Massa*, 9.
- Wirahaji, I. B., & Sutapa, I. K. (2021). Feasibility Evaluation of Public Passenger Transport Connecting Urban and Rural Areas. *Logic : Jurnal Rancang Bangun Dan Teknologi*, 21(2), 123–128.
<https://doi.org/10.31940/logic.v21i2.2650>