

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, A. (2008). *Propaganda Pemimpin Politik Indonesia*. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Age Range by Generation - Beresford Research*. (2022). <https://www.beresfordresearch.com/>
<https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Aini, D. Q., Muttaqien, T. Z., & Pujiraharjo, Y. (2019). Alat Bantu Pengolahan Sampah Kemasan Minuman Plastik Di Stadion Upi (berdasarkan Aspek Visual). *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/10061>
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual* (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
<https://play.google.com/books/reader?id=ico5EAAAQBAJ&pg=GBS.PA3&hl=en>
- Ardiansyah, M. (2015). *Elemen-Elemen Semiologi Roland Barthes; Penerjemah* (E. A. Iyubenu, Ed.). BASABASI.
https://www.google.co.id/books/edition/Elemen_Elemen_Semiologi/h11FEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=semiotika+roland+barthes&printsec=frontcover
- Arti kata iklan - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (t.t.). Diambil 11 Oktober 2022, dari <https://kbbi.web.id/iklan>
- Barni, M. (2019). TANTANGAN PENDIDIK DI ERA MILLENNIAL. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 3(1), 99–116. <https://doi.org/10.23971/TF.V3I1.1251>
- Darma, S., Sahri, G., Hasibuan, A., Wirta, I. W., Silitonga, I. D. B., Sianipar, V. M. B., Khoiriah, M., Rayhaniah, S. A., Nancy, A. P., Supriadi, Jinan, A., & Hasyim, M. (2022). *Pengantar Teori Semiotika* (M. A. M. Alfathoni, Ed.). Media Sains Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Teori_Semiotika/WuJZEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=semiologi&pg=PA21&printsec=frontcover
- Ekman, Paul. (2003). *Emotions revealed : recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. Times Books.
- Fadli, dr. R. (2022, September 1). *Tak Melulu Berpikir Positif, Kenali Ciri Orang Open Minded*. <https://www.halodoc.com/artikel/tak-melulu-berpikir-positif-kenali-ciri-orang-open-minded>
- Faiza, A., & Firda, J. S. (2018). *Arus Metamorfosis Milenial*. Penerbit Ernest.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=1lZZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=Generasi+milenial+yang+pekerja+keras&ots=3o7F3mOHYi&sig=Cd-r1_Am3OgqqHNnLU180EAsQsw&redir_esc=y#v=onepage&q=Generasi%20milenial%20yang%20pekerja%20keras&f=false
- Ganapathi, I. M. D. (2016). *PENGARUH WORK-LIFE BALANCE TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN (STUDI PADA PT. BIO FARMA PERSERO)*. IV(1).
<http://www.biofarma.co.id>,

- Gazali, H. (2021). *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI* (S. Kholisoh & K. Anam, Ed.). Wahid Foundation.
<https://doi.org/10.31219/OSF.IO/W3D7S>
- Goei, G. (2020). *Cerdas Emosional, Sehat Mental - Google Books* (G. Goei, Ed.). Tidar Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Cerdas_Emosional_Sehat_Mental/tjkfEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Gumilang, M. R. (2022, Mei 12). *Makna Idul Fitri dan Lebaran*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-jakarta3/baca-artikel/15021/Makna-Idul-Fitri-dan-Lebaran.html>
- Halensiana, N., & Pramonojati, T. A. (2019). Budaya Lebaran Di Indonesia Dalam Masyarakat Tontonan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Ramayana Versi #Kerenlahirbatin Di Youtube). *eProceedings of Management*, 6(2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10520>
- Hastuti, A., & Budianti, Y. (2014). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA AUDIO VISUAL TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN IPA KELAS II SDN BANTARGEBAWANG II KOTA BEKASI. *Pedagogik : Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 2(2), 33–38. <https://doi.org/10.33558/PEDAGOGIK.V2I2.1244>
- Husaina, A., Haes, P. E., Pratiwi, N. I., & Juwita, P. R. (2018). ANALISIS FILM COCO DALAM TEORI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2(2), 53–69. <https://doi.org/10.38043/JIDS.V2I2.1706>
- Ichsan, muhammad. (2019). Nilai Estetika Pada Film Layar Lebar Indonesia The Raid. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 119–131.
<https://doi.org/10.31294/JKOM.V10I2.5549>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL - Ilhamsyah - Google Books* (D. Arum, Ed.). Penerbit Andi.
https://books.google.co.id/books?id=1wwVEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbgs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Jurnal, H., & Iskandar Novi Rachmawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis, R. (2022). PERSPEKTIF “HUSTLE CULTURE” DALAM MENELAHAH MOTIVASI DAN PRODUKTIVITAS PEKERJA. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi (JUPEA)*, 2(2), 108–117. <https://doi.org/10.55606/JUPEA.V2I2.287>
- Kusumawati, T. I. (2019). KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL. *AL-IRSYAD: JURNAL PENDIDIKAN DAN KONSELING*, 6(2). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad/article/view/6618>
- Laman Resmi Republik Indonesia • Portal Informasi Indonesia*. (t.t.). Diambil 19 Oktober 2022, dari <https://indonesia.go.id/profil/agama>
- Lancaster, L. C., & Stillman, David. (2002). *When generations collide : who they are, why they clash, how to solve the generational puzzle at work*. HarperCollins.

- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670/576>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika, dan Media Massa*, 16(1).
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1160108/647>
- Nawarcono, W., & Setiono, A. (2021). PENGARUH WORK-LIFE BALANCE TERHADAP KEPUASAN KERJA. *Jurnal Solusi*, 16(2), 161–173.
<http://202.91.8.237/index.php/jurnal/article/view/101/50>
- Pakpahan, A. F., Ardiana, D. P. Y., Mawati, A. T., Wagiu, E. B., Simarmata, J., Mansyur, M. Z., Lli, L., Purba, B., Chamidah, D., Kaunang, F. J., Jamaludin, & Iskandar, A. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran* (A. Karim & S. Purba, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=lZgQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA53&dq=pengertian+media+audio&ots=famUk6OeKX&sig=3GF2h-6tHB7G7tU55jrKLHIw82w&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20media%20audio&f=false
- Peiperl, M., & Jones, B. (2001). Workaholics and Overworkers.
<https://doi.org/10.1177/1059601101263007>, 26(3), 369–393.
<https://doi.org/10.1177/1059601101263007>
- Peramesti, N. P. D. Y., & Kusmana, D. (2018). KEPEMIMPINAN IDEAL PADA ERA GENERASI MILENIAL. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 73–84.
<https://doi.org/10.33701/JT.V10I1.413>
- Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). KARAKTER DAN PERILAKU MILINEAL: PELUANG ATAU ANCAMAN BONUS DEMOGRAFI. *CONSILIA: Jurnal Ilmiah BK*, 3(1). https://ejournal.unib.ac.id/j_consilia/article/view/11981/pdf
- Putra, T. M. (2017). EKSPRESI WAJAH DALAM KARYA LUKIS SURREALIS. *Serupa The Journal of Art Education*, 4(3).
<https://ejournal.unp.ac.id/index.php/serupa/article/view/8158>
- Rahmawati, Z., & Gunawan, J. (2020). Hubungan Job-related Factors, Work-life Balance dan Kepuasan Kerja pada Pekerja Generasi Milenial. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(2), D418–D423. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i2.47782>
- Rajagukguk, T. P., & Sofianto, K. (2020). SIMULAKRA HIPERREALITAS DAN REPRODUKSI TANDA GAME ONLINE-PUBG Studi Kasus Siswa Prosus Inten Jalan Aceh, Kota Bandung, Tahun 2019. *Metahumaniora*, 10(1), 118–136.
<http://jurnal.unpad.ac.id/metahumaniora/article/view/22239>
- RerefDianty, W., Puspitasari, D., & Meiranti, A. (2022). MENGKAJI MAKNA YANG TERKANDUNG DALAM PUISI “ILUSI” KARYA HERI ISNAINI PADA BUKU

- MONTASE DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa*, 1(1). <http://prin.or.id/index.php/JURRIBAH/article/view/134/139>
- Retnowati, I. (2022, Februari 10). *Mengenal Hustle Culture: Budaya Gila Kerja yang Berbahaya*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-samarinda/baca-artikel/14718/Mengenal-Hustle-Culture-Budaya-Gila-Kerja-yang-Berbahaya.html>
- Sebayang, C. M. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI KECANTIKAN PADA IKLAN PANTENE TOTAL DAMAGE CARE 10 VERSI RALINE SHAH DI MEDIA TELEVISI. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ work : how the next generation is transforming the workplace*. HarperCollins.
<http://newfirstsearch.oclc.org.ezproxy.biola.edu/WebZ/FSFETCH?fetchtype=fullrecord:sessionid=fsapp4-39492-jczei15b-usjjon:entitypagenum=108:0:recno=114:resultset=2:format=FI:next=html/record.html:bad=error/badfetch.html:entitytoprecno=114:entitycurrecno=1>
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/JIK.V15I1.1243>
- Suriani, & Daulay, Mhd. A. J. (2021). Syair Bajoden di Desa Bintuas Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal; Kajian Semiologi Roland Barthes. *JURNAL SASINDO (Program Studi Sastra Indonesia FBS UNIMED)*, 10(1).
<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/sasindo/article/view/25487>
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 56–64.
<https://doi.org/10.54895/JKB.V1I1.314>
- Triani. (2021, Juli 21). *[QUICKIE!] Work-Life (Im)Balance: Memahami Hustle Culture Melalui Perspektif Ekonomi – HIMIESPA FEB UGM*.
<https://himiespa.feb.ugm.ac.id/work-life-imbalance-memahami-hustle-culture-melalui-perspektif-ekonomi/#>
- Triyono, Hariwibowo, A. M., & Putra, P. B. (2016). ANALISIS SUDUT PANDANG KAMERA DAN JENIS KAMERA. *Tr. Jurnal Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 2(2). <https://media.neliti.com/media/publications/299582-analisis-sudut-pandang-kamera-dan-jenis-53d71215.pdf>
- Wicaksana, S. A., Suryadi, & Pia Asrunputri, A. (2020). Identifikasi Dimensi-Dimensi Work-Life Balance pada Karyawan Generasi Milenial di Sektor Perbankan. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 4(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Yuristiadhi, G., Dewi, S., & Sari, L. (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL : Journal of Communication*, 2(2), 31–41.
<https://doi.org/10.21111/ETTISAL.V2I2.1265>
- Yuswohady. (2014). *Marketing to the middle class Muslim : kenali perubahannya, pahami perilakunya, petakan strateginya / Yuswohady, Dewi Madyani, Iryan Ali Herdiansyah,*

Ikhwan Alim (D. Madyani, I. A. Herdiansyah, & I. Alim, Ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.

Zharandont, P. (2015). *PENGARUH WARNA BAGI SUATU PRODUK DAN PSIKOLOGIS MANUSIA*.