

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ardianto, Elvinaro. 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Barthes, Roland. 1988. *The Semiotics Challenge*. New York: Hill and Wang
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmain*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2013). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen, serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta; Prenada Kencana Media.
- Effendy, Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John. 2004. *Cultural & Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Ghufroon & Risnawita. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Madia.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatara.

- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Moloeng, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Monty P. Satiadarma. (2000). *Dasar-Dasar Psikologi Olahraga*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Morissan, 2010. *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wibowo, Indiwani. 2013. *Semiotika Komunikasi (Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

**Non Buku :**

Agitha Fregina Pondang, Tahun 2013, “**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN A MILD GO AHEAD VERSI “DORONG BANGUNAN” DI TELEVISI**”.

*Vol 1, Journal Acta Diurna.*

<https://media.neliti.com/media/publications/94278-ID-analisis-semiotika-iklan-a-mild-go-ahead.pdf>. Diakses pada tanggal 24 April 2020.

Amandha Unzilla Deni & Ifdil, Tahun 2016, “**KONSEP KEPERCAYAAN DIRI REMAJA PUTRI**”. *Vol 2, Journal Educatio ( Jurnal Pendidikan Indonesia )*. <https://jurnal.iicet.org/index.php/j-edu/article/download/72/68>. Diakses pada tanggal 4 Februari 2021.

Andika Pradana, Tahun 2019, “**PENGARUH IKLAN GSM AXIS VERSI MAKANYA PAKAI AXIS TERHADAP PENGGUNA KARTU SELULER BAGI MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG ANGKATAN 2016.**” *Vol 53, Journal of Chemical Information and Modeling*. <http://eprints.umm.ac.id/29621/2/jiptummpg-gdl-s1-2011-andikaprad-22068-BAB%2BI.pdf>. Diakses pada tanggal 24 April 2020.

Roy Sensia Ari Wibowo, Tahun 2016, “**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN ROKOK U MILD VERSI TIAP LUKA PUNYA CERITA**”. *Vol 3, Journal Skripsi*, <https://www.neliti.com/id/publications/206719/analisis-semiotika->

[iklan-rokok-u-mild-versi-tiap-luka-punya-cerita](#). Diakses pada tanggal 25 Juni 2020.

**WEB :**

**Data & Info Mengenai Penjualan Gudang Garam Peringkat 1 Tahun 2019.**

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20190802065855-17-89272/14-tahun-penjualan-rokok-ggrm-di-bawah-bayang-bayang-hmsp>. Diakses pada tanggal 22 April 2020.

**Info Pasal Mengenai Penyiaran ( Pasal 16, No 3, Tahun 2007 ).**

<http://nurul.blog.undip.ac.id/files/2009/09/standar-program-siaran.pdf>.

Diakses pada 20 Mei 2020.

**Pengertian Desainer : Macam Jenis Pekerjaan Dan Contohnya.**

<https://jagad.id/pengertian-desainer/>. Diakses pada 1 April 2021

**Perlunya Kepercayaan Diri Dalam Berbisnis.**

<https://www.kompasiana.com/kumaripramudita2783/5edf2cdcd541df52497e87c4/perlunya-kepercayaan-diri-dalam-berbisnis>. Diakses pada 1 April 2021.

**Youtube Channel RBK ( Rokok Branding Kretek ). [https://youtu.be/-](https://youtu.be/-jMRimIAfOs)**

**[jMRimIAfOs](https://youtu.be/-jMRimIAfOs)**. Diakses pada tanggal 20 April 2020.