

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, S. (2018, Desember). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Berbasis Ekstrakurikuler Pramuka Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, Vol. 3 No. 2.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta : Kencana.
- Dara, & Muchlis. (2019, Oktober). Analisis Semiotika Dalam Iklan Shopee 12.12 Birthday Sale Edisi Blackpink. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9 No. 2, 100-113.
- Dara, D. R., & Herawati, D. M. (2022). Representasi Cantik Dalam Iklan Video Digital Dove Rambut Aku Kata Aku. *Hybrid Advertising Journal*, Vol. 1 No. 1, 1-18.
- Digital, H. (2016). *Youtube Ads vs TV Ads – Mana yang Lebih Menguntungkan?* Retrieved from hercodigital: <https://www.hercodigital.id/youtube-ads-vs-tv-ads-mana-yang-lebih-menguntungkan/>
- Dini Aprilita, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pauan\_girl). *Jurnal Paradigma*, 4 No. 3.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fatmawati, E. (2013). Studi Komparatif Kecepatan Temu Kembali Informasi Di Depo Arsip Koran Suara Merdeka Antara Sistem Simpan Manual Dengan Foto Repro.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2010). *Teori - Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga .
- Kapitan, S., & Silvera, D. (2016). From digital media influencers to celebrity endorsers: attributions drive endorser effectiveness. 553–567.
- Karamoy, M. V., Andriani, F., & Yusuf, O. (2022, April). Representasi Konsep Percaya Diri Dalam Iklan Head&Shoulders Edisi Bloopers Bersama Joe Taslim. *Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies*, Vol. 1 No. 1, 28-40.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Madiyant, M. (2021). *Copywriting: Retorika, Iklan, dan Story Telling, Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: UGM Press.

- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana .
- Mukraf, Z. M. (2015). *Periklanan : Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Mustofa, A. (2021). Konsep Percaya Diri Perspektif Al-Qur'an. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam, Vol. 1 No. 1*.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas, Vol. 8 No. 3*(<https://doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180306>).
- Ratna, N. K. (2010). *Teori, Metode dan Teknik Penelitian Sastra : Dari Strukturalisme hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 17 No. 33*, 81-95.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Salim, A. (2006). *Teori & Paradigma : Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Satiadarma, M. P. (2000). *Dasar - Dasar Psikologi Olahraga*. Jakarta : Jakarta Pustaka Sinar Harapan.
- Sobur, A. (2013). *Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiharto, & Putri, B. D. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Yang Dipengaruhi Oleh Jumlah Kepemilikan Npwp, Kualitas Pemeriksaan Pajak Dan Realisasi Penagihan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cimahi). *Elibrary*.
- Surahman, S. (2014). Representasi Perempuan Metropolitan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita. *Lontar Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3*.
- Unilever. (2022, April 20). *Dove Berkolaborasi dengan Dian Sastrowardoyo Luncurkan Lagu “Rambutku Mahkotaku”*. Retrieved from Unilever Indonesia: <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2022/dove-berkolaborasi-dengan-dian-sastrowardoyo-luncurkan-lagu-rambutku-mahkotaku/>
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyatama, R. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pinus Book .
- Wilson, A. (2015). YouTube In The Classroom. *A research paper submitted in conformity with the requirements For the degree of Master of Teaching*.