

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. *Arti Warna Pada Logo Perusahaan dan Pengaruh Emosionalnya Pada Konsumen*. www.desainlogodesign.com (diakses pada 12 Juni 2017 Pukul 21.04 WIB)
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Cetakan Kedua. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- _____. 2013. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Cetakan Ke enam. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- _____. 2015. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Cetakan Ketiga. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Cetakan Pertama. Kreasi Wacana. Yogyakarta.
- Ciptowiyono, Isharyanto. 2015. *Hak Konsumen Terhadap Promosi Produk Melalui Iklan*. www.kompasiana.com (diakses pada 7 November 2016 Pukul 22.08 WIB)
- Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika: Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, Serta Teori Produksi – Tanda*. Cetakan Pertama. Kreasi Wacana. Yogyakarta.
- Firmansyah, Oki. 2010. *Representasi Anti Sosial Pada Iklan Surya Premium 12 (Studi Semiotik Terhadap iklan Surya 12 Premium Versi “Taklukan Tantanganmu” di Televisi)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Surabaya.
- Hermawan, Nielsen Djuwandono. 2014. *Efektifitas Iklan Televisi Tokobagus.com Versi “Mau Jual Mobil?” Pada Masyarakat Surabaya*. Jurnal E-Komunikasi Vol. 2 No. 1 Tahun 2014.
- Hidayat, Medhi. 2016. *Jean Baudrillard, Simulasi dan Hiperrealitas*. <http://medhyhidayat.com> (diakses pada Minggu, 1 Januari 2017 pukul 17.45 WIB).
- Jefkins, Frank. 1994, *“Periklanan”*, cetakan ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kasali, R. 2007. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti: Jakarta
- Kusumawati, 2010. *Analisis Pemakaian Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2004. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Cetakan Pertama. Prenada Media. Jakarta.

- Luzar, Laura Christina. 2015. *Tahap Konstruksi Sosial Terkait Iklan Televisi*. <http://dkv.binus.ac.id> (diakses pada Minggu 1 Januari 2017 pukul 16.33 WIB)
- Maharni, Ega. 2016. *Arti Warna Busana Pada Setiap Pemakaiannya*. www.bintang.com. (diakses pada 12 Juni 2017 Pukul 21.20 WIB)
- Mariyanto, Tri. 2014. *Mitos dan Kritik Terhadap Iklan 3 (Analisis Semiotologi Roland Barthes Terhadap Mitos Kritis Iklan 3 Indie+)*. Jurnal Paradigma Vol. 2 No. 3 Tahun 2014. Universitas Negeri Surabaya.
- Melani, Rachma Senja. 2009. *Tinjauan Makna dan Bahasa Visual Iklan Axis (Analisis Semiotika Iklan Gsm Axis Versi Senyum Kiara Di Televisi Swasta)*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Milles, Mathew B dan Haberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. UI Press. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Morissan. 2012, *"Periklanan Komunikasi Pe,asran Terpadu"*, cetakan kedua, Kharisma Putra Utama, Jakarta.
- Mulyawan, I Wayan. 2008. *Makna dan Pesan Iklan Media Cetak : Kajian Hipersemiotika*. Jurnal Linguistik Vol. 15 No. 28, Maret 2008.
- Nitasari, Dwi. 2011. *Analisis Pelanggaran Etika Pada Iklan Televisi (Studi Konten Analisa Iklan Televisi Provider Kartu As, XL, dan Axis Periode Januari – September 2011)*. Akom BSI Jakarta.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Cetakan Pertama. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika ; Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Matahari. Bandung.
- Ritzer, George dan Douglas J Goodman. 2014. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkemangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Cetakan Kesepuluh. Kreasi Wacana. Yogyakarta.
- Riyanto, Bedjo. 2003. *"Mempermainkan Realitas dalam Realitas Main-main."* *Identitas dan Postkolonialitas di Indonesia*. Budi Susanti (ed). Kanisius. Yogyakarta.
- Siahaan. 2004. *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggungjawab Produk*. Panta Rei. Jakarta.

Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Cetakan Ke empat. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.

_____. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Cetakan Pertama. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.

Sopianah, Siti. 2010. *Analisis Semiotik Terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Ramadhan 1430H Di Televisi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Taufik. 2013. *Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent*. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE) Vol. 1 No 1 Tahun 2013.

Wicaksono, Andri. 2011. *Analisis Wacana Kritis Iklan Operator Seluler (Teks dan Konteks Iklan XL dengan Kartu As)*.

Wirajaya, Yudha Asep dan Sudarmawati. 2008. *Berbahasa dan Bersastra Indonesia*. Cetakan Pertama. Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.

Wiryanti, Sri. 2004. *Iklan dan Hiper – Realitas Perempuan*. Jurnal Nirmana Vol. 6, No. 2, Juli 2004 Hal. 158 – 170.

Yuniasih, Eli. 2014. *Sejarah Periklanan Di Dunia*. www.ekonomiplanner.com (diakses pada 1 Oktober 2016 pukul 20.17 WIB)

Zakiah, Ulfah. 2016. *Semiotika Charles Sanders Peirce*. www.ulfahzakiah1.com (diakses pada Rabu, 18 Januari 2017 pukul 20.15 WIB)

Sumber lain :

<http://www.indotelko.com/kanal?c=id&it=belanja-iklan-tv-turun-26-7-2015> (diakses pada Selasa 17 Januari 2017 pukul 22.36 WIB)

http://lincahayati---fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-60158-Umum-Ferdinand%20de%20Saussure.html (diakses pada Rabu 27 September 2016 pukul 19.07 WIB).