

## DAFTAR PUSTAKA

- A Kurniawan, H. S. (2023). Pesan Moral Dalam Iklan Audio Visual Peluk Di Youtube (Kajian Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Bilibli.com Edisi Hari Ibu). *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7.
- Alvernia, P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 267 - 287.  
<https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.020.010>
- Aisyi Syaikarani, A. E. (2019). Analisis Teks Iklan Media Televisi Amild "Nanti Juga Lo Paham" (Text Analysis of A Mild "Nanti Juga Lo Paham" Television Media Ad). *Jurnal Seminar Nasional Sandyakala*, 364-374.
- Anisah, N. (2023). *REPRESENTASI MAKNA IKLAN HALODOC# TenangAdaHalodoc ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN TELEVISI HALODOC# TenangAdaHalodoc VERSI BELI KEBUTUHAN SEHATMU, INGAT ADA HALODOC* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS)
- Andika Anugrah, Talitha Ailsa Ardiningrum, & Andhika Srintra Faiz Ramadhan. (2023). Representasi Rasisme Iklan Grab terhadap Ojek Pangkalan. *Jurnal Audiens*, 3(2), 72–80. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11961>
- Baksin, A. (2019). *Videografi: Operasi Kamera & Teknik Pengambilan Gambar*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Barthes, R. (2009). *Mythologies terj. Nurhadi dan A. Shihabul Millah*. Yogyakarta: Kreasi Wacani.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fachrudin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gabriela, A. (2022). *REPRESENTASI NILAI SOSIAL KELUARGA SUNG DUK SEON DALAM DRAMA KOREA REPLY 1988 (ANALISIS SEMIOTIKA*

ROLAND BARTHES) (Doctoral dissertation,  
KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma)

- Harahap, S. R. (2019). Teknik Sinematografi Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck.
- Hariyani, N. (2021). Semiotika Sistem Tanda Roland Barthes Pada Advertising Promosi. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Volume 22*, 84-98. [https://www.researchgate.net/publication/359027047\\_Semiotika\\_Sistem\\_Tanda\\_Roland\\_Barthes\\_Pada\\_Advertising\\_Promosi](https://www.researchgate.net/publication/359027047_Semiotika_Sistem_Tanda_Roland_Barthes_Pada_Advertising_Promosi)
- Hartley, J. (2010). *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*. Yogyakarta: jalasutra.
- Harun, A., Triyadi, S., & Muhtarom, I. (2022). Analisis Nilai-Nilai Sosial dalam Novel Ancika Karya Pidi Baiq (Tinjauan Sosiologi Sastra). *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 8(2), 466-474.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Indah Purnama Sari, N. H. (2023). Nilai-Nilai Sosial Dalam Novel Ting! Karya Prayitno Chan: Pendekatan Sosiologi Sastra. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Volume 6*, 567-578.
- Kanita Auliyana Lestari, D. K. (2020). Kontinuitas Gambar Sinematografi Dalam Dokumenter Televisi 'Jurnal Nusantara' Episode 'Jagapati Sang Kelud'. *Jurnal Ilmiah Pemberitaan*, 31-43.
- Keraf, G. (1996). *Diksi&Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Penerbit Yayasan Indonesia.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 116-129.
- Maulana, D. (2021). Analisis Nilai Sosial Budaya Pada Cerita Rakyat Putri Lopian Dari Sumatra Utara. *Jurnal Bahasa dan Sastra, Vol. 6*, 236-244.
- Miyarso, E. (2011). Peran Penting Sinematografi Dalam Pendidikan Pada Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Dinamika Pendidikan UNY, Vol. 18*, 102-114.

- Moeleng, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi/Lexy J Moeleng*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nopitasari. (2020). *Nilai-Nilai Desa Yang Harus Kita Pelihara: Sosial, Moral, Agama*. Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri.
- Nugroho, S. (2014). *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFEST.
- R Husna, I. H. (2023). ANALISIS NILAI SOSIAL DALAM NOVEL SELEMBAR ITU BERARTI KARYA SURYAMAN AMIPRIONO. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol 4*, 123-136.
- Rachman, M. (2013). Pengembangan Pendidikan Karakter Berwawasan Konservasi Nilai-Nilai Sosial. *FIS (Forum Ilmu Sosial)*, 40(1), 1–15. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/FIS>
- Saputra, V. E., & Widyatmoko, W. (2019). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK – Vertibokek”. *Prologia*, 3(1), 289–298. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6253>
- Semedhi, B. (2011). *Sinematografi-Videografi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rodakarya Offest.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offest.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Pendkatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarto. (2011). *Pakematik Strategi Pembelajaran Inovaif Berbasis TIK*. Jakarta: Elex Media Kompotindo.
- Suprihono, A. E. (2019). Sinematografi Wayang: Persoalan Transmedia Seni Pertunjukan Tradisisonal Dalam Progam Tayangan Televisi. *Jurnal Rekam, Vol. 15*, 137-152.
- Susanto, Daniel (2021) Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten TikTok #RACUNSHOPEE. S1 thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.

- Tianah, V. V. (2020). Penanaman Nilai-Nilai Sosial pada Mata Pelajaran Sosiologi Melalui Metode Role Playing. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 2, 121-146.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zulaikha, S. (2024, Maret 17). *vivo luncurkan kampanye Joy in Ramadan ajak masyarakat tebar kebaikan*. Retrieved Agustus 09, 2024, from antarnews: <https://www.c.com/berita/4013880/vivo-luncurkan-kampanye-joy-in-ramadan-ajak-masyarakat-tebar-kebaikan>