

DAFTAR PUSTAKA

- Eryza. 2021. Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Iklan Konsumen Rokok Gudang Garam Internasional di Media Youtube. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/5756/1/Skripsi%20Eryza%201711310003.pdf>
- Hardjana, A. M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., dan Mesra. 2020. Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi Dan Warna. *Jurnal Seni Rupa*. 9(1):122-123.
<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/gorga/article/viewFile/18187/13420>
- Kusumawati, T.I. 2016. Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 6(2):83-98.
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad/article/download/6618/2912>
- Liedfray, T., F. J. Waani, dan J. J. Lasut. 2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*. 2(1):1-13.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118/34843>
- Littlejohn, S.W., dan K. A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nensilianti, Y. Damat, dan Ridwan. 2023. Ikon, Indeks, dan Simbol dalam Iklan *Scarlett Whitening* di YouTube. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)*. 7(1):27-35.
<https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/KIBASP/article/view/6034/4280>
- Pangestuti, M. 2021. Analisis Semiotika Charles S. Pierce pada Poster Street Harassment Karya Shirley. *Konfiks Jurnal Bahasa, Sastra & Pengajaran*. 8(1):25-33.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/konfiks/article/download/4783/4963>
- Pohan, S. D. L., H. Alfani, dan Darwadi. 2021. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan di KemkominfoTV ‘Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan, dan Kebal. *Jurnal Massa*. 2(2):143-157.
<https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/1670/1066>
- Richadinata, K. R. P., dan N. L. P. S. Astitiani. 2021. Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen*. 10(2):188-208.
<https://media.neliti.com/media/publications/384268-none-9e7b91c6.pdf>
- Sobur, A. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sudjana, N., dan Rivai, A. 2007. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung.

Syuhada, F. 2024. Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Pada Iklan Telkomsel Semangat Indonesia. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/keskap/article/download/20750/11758&ved=2ahUKEwj68jW_KaLAxXPzzgGHftDBt4QFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw3mbrM9mnAo71HtnaNdObh

Usman, N. H. 2017. Representasi Nilai Toleransi Antarumat Beragama Dalam Film “Aisyah Biarkan Kami Bersaudara” (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar. <http://repository.uin-alauddin.ac.id/8433/1/Nur%20Hikma%20Usman.pdf>

