

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Piliang, Yasraf Amir. 2019. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Seja, John.B. 2017. *Pemanfaatan Piranti Tik*. Ntt: CV.Inara.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Jurnal, Skripsi, Tesis

- Bastonus, Azalia Imani, dan Sri Widowati Herieningsih. 2018. Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki. Universitas Diponegoro. Semarang. Jurnal Interaksi Online Vol.6 No.1. Diakses dari <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1415815&val=4687&title=HUBUNGAN%20ANTARA%20TERPAAN%20IKLAN%20ROKOK%20DAN%20PERSEPSI%20MASKULINITAS%20PADA%20PEROKOK%20DENGAN%20PERILAKU%20MEROKOK%20REMAJA%20LAKI-%20LAKI>
- Bonafix, D. Nunnun. 2011. Videografi : Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan multimedia, Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat. Jurnal Humaniora Vol.2 No.1. Diakses dari <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/download/4015/3172>, pada tanggal 1 September 2020 pukul 21.58.
- Carollina, Donna. 2016. *Rejection of The Cigarette Billboard Sampoerna A Mild*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Yogyakarta. IJCAS: Vol.3, No.2. Diakses dari <http://journal.isi.ac.id/index.php/IJCAS/article/download/1841/565> pada tanggal 10 Mei 2021 pukul 19.16.

- Faturahman, Winata. 2017. Semiotika Komunikasi Visual : Sistem Pemaknaan Iklan Rokok U Mild versi Sepanjang Jalan Kenangan, Universitas Serang Raya. Serang. Jurnal Lontar Vol. 5 No.1 Hal. 35. Diakses dari <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1227546&val=11461&title=SEMIOTIKA%20KOMUNIKASI%20VISUAL%20SISTEM%20PEMAKNAAN%20IKLAN%20ROKOK%20U%20MILD%20VERS I%20SEPANJANG%20JALAN%20KENANGAN>
- Ishiguro, Maho A. 2014. "The Affective Properties of Keys in Instrumental Musik from The Late Nineteenth and Early Twentieth Centuries" Master Thesis 1914 University of Massachussetts. Diakses dari <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1561&context=theses> pada tanggal 8 Oktober 2020 pukul 15.47. Jurnal.
- Kusumawati, Tri Indah. 2016. Komunikasi Verbal dan Nonverbal. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling. Vol. 6 No. 2. Dikutip dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad/article/downloadSuppFile/6618/999>
- Laili, Nur Alfi. 2019. Makna Versi Ikan Hiu dalam Iklan Oreo Penuh Keajaiban (WONDERFILLED): Kajian Semiotika. Universitas Negeri Semarang. Semarang. Skripsi. Diakses dari http://lib.unnes.ac.id/34873/1/2411412007_Optimized.pdf
- Mitak, Clara Natalia Christina. 2017. Wacana Iklan Televisi Rokok Djarum 76 versi "Pengin Eksis": Analisis Tanda menurut Roland Barthes, Universitas Sanata Dahrma. Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Kebudayaan SINTESIS Vol.11 No.02. Diakses dari <https://docplayer.info/storage/111/197710783/1623691705/nlQ0QIRLPy2BtdPfRUoMQg/197710783.pdf>, pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 23.10.
- Monica. 2011. Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan. Universitas Bina Nusantara. Jakarta. Humaniora Vol. 2 No.2 . Hal. 1088. Diakses dari <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/download/3158/2544/8423>
- Muthia, Riva. 2016. Analisis Makna Cantik dalam Iklan (Studi Analisis Semiotic pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash versi See The Real Me Di Televisi). Universitas Lampung, Bandar Lampung, Skripsi. Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/24148/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Octaviani, Vethy. 2015. Efektivitas penggunaan Media Periklanan pada Universitas Dehasen Bengkulu (Studi Komparatif Iklan Media Lini Atas dan Iklan Media Lini Bawah). Universitas Dehasen Bengkulu. Bengkulu. Penelitian. Dikutip dari <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/171/161>
- Shofaa, Fathin, dan Meina Astria Utami. 2017. Menyingkap Makna dan Tanda dalam Iklan Rokok A Mild versi "Hasrat": Sebuah Kajian Semiotika. Ranah: Jurnal Kajian Bahasa. Penelitian. Diakses dari

https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/jurnal_ranah/article/download/266/269

Tanundjaja, Bing Bejo. 2002. Kreativitas Pembuatan Iklan Produk Rokok di Indonesia, Universitas Kristen Petra. Jurnal Nirmana Vol.4. Hal. 85. Diakses dari

https://www.researchgate.net/publication/43330466_KREATIFITAS_PEMBUATAN_IKLAN_PRODUK_ROKOK_DI_INDONESIA/fulltext/02a5f6b40cf27c81739737c5/KREATIFITAS-PEMBUATAN-IKLAN-PRODUK-ROKOK-DI-INDONESIA.pdf

Yusanto, Freddy. 2017, Membedah Makna Teman Murni Dalam Iklan Bear Brand (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Bear Brand Versi “Teman Murni”), Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom, Surabaya, Jurnal: Channel Vol.5No.2, Penelitian. Diakses dari

<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=580970&val=7244&title=MEMBEDAH%20MAKNA%20TEMAN%20MURNI%20DALAM%20IKLAN%20BEAR%20BRAND%20Analisis%20Semiotika%20Roland%20Barthes%20Dalam%20Iklan%20Bear%20Brand%20Versi%20Teman%20Murni>

Zahroh, Fatimatuz. 2011. Satirisme Realitas Sosial dalam Iklan Televisi Rokok A Mild “Go Ahead” versi Untuk Diri (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough), Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Skripsi. Diakses dari

http://digilib.uinsby.ac.id/29080/1/Fatimatuz%20Zahroh_B06207087.pdf

Internet, Berita Online

Brief. 2018. NJLP.02. Allways Collected.

<https://drive.google.com/file/d/10yNbMyXMnBgkrRo2N13UUAQsD5wE1GEM/view?usp=sharing>

Elena, Maria. Ekonomi.bisnis.com. 2020. Soal Kenaikan Cukai Rokok, BKF Akui Sudah Pertimbangkan Kondisi Pandemi.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20201223/9/1334646/soal-kenaikan-cukai-rokok-bkf-akui-sudah-pertimbangkan-kondisi-pandemi>

Jefriando, Maikel. Finance.detik.com. 2016. Ini 4 Perusahaan Penyumbang Cukai Terbesar 2015.

<https://finance.detik.com/industri/d-3128046/ini-4-perusahaan-penyumbang-cukai-terbesar-di-2015>

Kristianus, Arnoldus. Investor.id. 2020. Sri Mulyani: Realisasi Pajak Capai Rp 1.019,56 Triliun.

<https://investor.id/business/sri-mulyani-realisasi-pajak-capai-rp-101956-triliun>

KBBI. (2020, September 15). KBBI Daring: <https://kbbi.web.id/interpretatif>

- Topbrand-award.com. 2014. Top Brand Produk Rokok Mild 2014.
<http://akor.Topbrand-award.com/>
- Widiarini, Anisa. Viva.co.id. 2017. 9 Negara Asean Tak Izinkan Iklan Rokok Kecuali Indonesia.
<https://akor.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/949408-9-negara-asean-tak-izinkan-iklan-rokok-kecuali-indonesia>
- Wismabrata, Michael Hangga. Sains.Kompas.com. 2018. Gurun Sahar Terus “Tumbuh”, Apa Artinya Bagi Manusia?, diakses dari
<https://sains.kompas.com/read/2018/04/01/170000423/gurun-sahara-terus-tumbuh-apa-artinya-bagi-manusia-?page=all>

Regulasi

- Kemendes.kemkes.go.id. Riset Kesehatan Dasar 2018. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
<https://akor.slideshare.net/ssuser200d5e/hasil-risikesdas-ri-set-kesehatan-dasar-tahun-2018>
- P3I. Etika Pariwara Indonesia. Jakarta: Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia.
<https://p3i-pusat.com/wp-content/uploads/2020/09/Etika-Pariwara-Indonesia-Amandemen-ed2020.pdf>
- Sampoerna.com. Halaman Utama Sampoerna. Surabaya: PT HM Sampoerna Tbk.
<https://akor.sampoerna.com/sampoerna/id/overview>
- Tobacco Control Support Center 2018. Laporan Penelitian Paparan Iklan, Promosi, dan Sponsor Rokok di Indonesia 2018.
http://www.tcsc-indonesia.org/wp-content/uploads/2018/10/Hasil-Studi-Paparan-Iklan-Promosi-dan-Sponsor-Rokok-di-Indonesia_TCSC-IAKMI.pdf
- Who.int. Global Youth Tobacco Survey 2019. Geneva: World Health Organization.
<https://extranet.who.int/ncdsmicrodata/index.php/catalog/GYTS>