

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Ardianto, Elvinaro, Bambang Q- Anees. (2009). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Berger, Arthur Asa. (2012) *Media Analysis Techniques*. New York: Sage Publications.

Berger, Arthur Asa. (2000). *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer* (Cetakan ke-1). Yogyakarta: Tiara Wacana.

Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas*. Yogyakarta: Jalasutra.

Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*. Cetakan Pertama. Jakarta. Kencana Predana Media Group.

Bungin, Burhan. (2014). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Cetakan ke-7). Jakarta: Kencana.

Darmaprawira, Sulasmi. (2002). *Warna (Teori dan Kreativitas Penggunaannya)* Edisi Ke-2. Bandung: Penerbit ITB

Fiske, John. (1987). *Television Culture*. London: Routledge & Metheun.

Fiske, John. (2006). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge & Metheun.

Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.

Kartajaya, Hermawan *et al.* (2006). *Marketing In Venus Play Book 1*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama grafiti.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ancella Anita Hermawan. Salemba Empat precentice-Hall.

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual (Graphic Advertising Multimedia)*. Yogyakarta: ANDI

Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. (2009). *Theories of Human Communication*. Usa: Thomson Higher Education.

- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraheni, P. N. A. (2003). “Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal,” Skripsi, Surabaya: FISIP Unair (Tidak Diterbitkan).
- Nugroho, Sarwo. (2014) *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Pambayun, Elly Lestari. (2013). *Qualitative Research Methodology in Communication*. Konsep, Panduan, dan Aplikasi. Jakarta: Penerbit Lentera Ilmu Cendikia.
- Plummer, R. (1983). *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*, New York: Academic Press.
- Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Sakinah. (2002). *Media Muslim Muda*. Solo: Elfata.
- Sarwono. (1989). *Psikologi Remaja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur, Alex. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi (Cetakan ke-5)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif (Cetakan ke-9)*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta. Pustaka Book Publisier.
- Widyatama, Rendra. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

SKRIPSI:

Negara, Egi Maha Putra. (2013). Representasi Dewasa Muda dalam Iklan Rokok Sampeorna A Mild Versi "Siapa Muda Dipandang Sebelah Mata". Diperoleh dari Perpustakaan Universitas Telkom pada 15 Januari 2016.

Putri, Luh Putu Indah Kencana. (2015). REPRESENTASI NARSISME PADA IKLAN DJARUM 76 (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE PADA IKLAN DJARUM 76 VERSI "PENGEN EKSIS"). Diperoleh dari Perpustakaan Universitas Telkom pada 28 Februari 2016.

Arsyad, Ibrahim. (2013). REPRESENTASI KREATIFITAS IKLAN ROKOK A MILD SAMPOERNA VERSI ORANG PEMIMPI (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES). Diperoleh dari <http://digilib.uinsby.ac.id/1082/> pada 9 April 2016.

JURNAL NASIONAL:

Permana, Danni. (2015). *Makna laki-laki dalam iklan A Mild Go A Head versi "Manimal"*. Diperoleh dari <http://repository.wima.ac.id/6631/> pada 11 April 2016.

Feralina, Novi. (2013). *Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal Dalam Iklan Class Mild Versi "MACET" di Media Televisi*. Diperoleh dari <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/> pada 11 Januari 2016.

Pondaag, Agitha Fregina. (2013). *ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN A MILD GO AHEAD VERSI "DORONG BANGUNAN" DI TELEVISI*. Diperoleh dari <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/977/792> pada 24 Februari 2016.

Daniel, Fachrial. (2013). *KONSEP DIRI DALAM IKLAN ROKOK A MILD (Analisis Semiotika Tentang Konsep Diri dalam Iklan Rokok A Mild Versi "Cowok Blur" Go Ahead 2011)*. Diperoleh dari <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/1597/909> diperoleh pada tanggal 24 Februari 2016.

Wijaya, Priscilla Marcia. (2013). *Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow Calcium Plus Versi More Than A Woman*. Diperoleh dari <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/540/474> pada 16 Februari 2016.

Putra, Dedy Kusuma. (2013). *Representasi Perempuan Dewasa yang Terbelenggu dalam Tayangan Iklan Televisi Analisis Semiotika John Fiske pada Tayangan TVC Tri Always On versi Perempuan*. Diperoleh dari <http://e-journal.uajy.ac.id/6638/1/jurnal.pdf> pada 29 Februari 2016.

JURNAL INTERNASIONAL:

Maliangkay, Roald. (2013). *Catering to the Female Gaze: The Semiotics of Masculinity in Korean Advertising*. Diperoleh dari https://www.academia.edu/6822601/Catering_for_the_Female_Gaze_The_Semiotics_of_Masculinity_in_Korean_Advertising_by_Roald_Maliangkay pada 10 Februari 2016.

Mohammad, Ali Haji. (2011). *ADVERTISING SOCIAL SEMIOTIC REPRESENTATION: A CRITICAL APPROACH*. Diperoleh dari https://ijwr.ut.ac.ir/pdf_21844_94403b28336b2e81a74381a3edcee02c.html diperoleh pada tanggal 23 Februari 2016.

Najafian, Maryam. (2011). *CRITICAL ANALYSIS OF WOMEN'S REPRESENTATION IN TV ADVERTISEMENTS FROM A CULTURAL STUDIES PERSPECTIVE*. Diperoleh dari <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ijim/article/view/775/pdf>. pada tanggal 23 Februari 2016.

Ali, Afifa Hamid *et al.* (2014). *Effect of Women Representation in Lux Advertisement on Pakistani Women Identity*. Diperoleh dari https://www.academia.edu/9750749/Effect_of_women_representation_in_Lux_advertisement_on_Pakistani_women_identity pada 10 Februari 2016.

Lovelace, Angie. (2010). *Iconic Photos of the Vietnam War Era: A Semiotic Analysis As a Means of Understanding*. Diperoleh dari <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/04lovelacejspring10.pdf> pada 24 Februari 2016.

Drewniany, Lauren. (2015). *The Iconic Blue Box: A Semiotic Analysis of Tiffany & Company Advertisements*. Diperoleh dari <http://digitalcommons.calpoly.edu/comssp/181/> pada 13 Februari 2016.

INTERNET:

<https://www.youtube.com/watch?v=LeczwgOaTDo>

<http://health.kompas.com/read/2015/06/03/110000223/Jumlah.Perokok.Indonesia.10.Kali.Lipat.Penduduk.Singapura>

<http://www.rmol.co/read/2013/11/12/132873/Ini-Bocoran-Dirjen-Kemenkes-Soal-Jutaan-Perokok-Anak-Remaja-di-Indonesia>

<http://www.marketing.co.id/kelebihan-dan-kekurangan-berbagai-media-periklanan/>

<http://www.kiosmedia.com/2016/02/nominasi-dan-pemenang-bright-awards-2016.html>

<http://www.kesehatanpedia.com/>

<http://www.id.vespa.com/>

<http://www.djarumcoklat.com/>

<http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/hiburan-malam-antara-kebutuhan-dan-gaya-hidup-2/>

<http://www.marketing.co.id/go-a-head-membangun-brand-a/>

(www.youtube.com, diakses 14 Oktober 2015, pukul 13.12).

http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_BIASA/196010151987101-ZULKIFLI_SIDIQ/PSIKOLOGI_INDIVIDUAL_ALFRED_ADLER.pdf

www.kbbi.web.id

<http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/118/jtptunimus-gdl-uswatunnur-5888-2-babii.pdf>

Iskandar, M Syahril. 2011, *Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi*. Diakses pada http://dkv.unikom.ac.id/old_web/jurnal/artikel/syahril/Abstrak%20Pembentukan%20persepsi%20visual%20pada%20iklan%20televisi.pdf

<http://medan.tribunnews.com/2015/05/16/pergeseran-seni-budaya-tato-itu-seni-dan-tren-gaya-hidup>

<https://sites.google.com/a/uinjkt.ac.id/renalatifa/articles/bab-4-psikologi-emosi-ekspresi-emosi>

<http://www.kesehatanpedia.com/2014/12/manfaat-berjoget-goyang-dangdut-kesehatan.html>

<http://www.id.vespa.com/id/magazine/a-lifestyle-symbol-for-bandung>

<http://www.djarumcoklat.com/special-author/fashion-sebagai-identitas-subkultur>