

DAFTAR PUSTAKA

- Billah, N. S. (2022). Representasi Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan Grabcar Versi# Amanuntuksemua. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 5, 44–54. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1242%0Ahttp://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/download/1242/1149>
- Diamastuti, E. (2015). Paradigma ilmu pengetahuan sebuah telaah kritis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 61–74. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAUJ/article/view/1246>
- Fadillah, N., & Sounvada, S. N. (2020). Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita “Kita Tak Sendiri” Episode 4. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(03), 201–214. <http://jim.unindra.ac.id/index.php/vhdkv/article/download/855/pdf>
- Feller, G., & Burroughs, B. (n.d.). Branding kidfluencers: regulating content and advertising on YouTube. *Television & New Media*, 23(6), 575–592. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/15274764211052882>
- Jacobson, G. C. (2015). *How do campaigns matter? In Annual Review of Political Science (Vol. 18). 18.* <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-072012-113556>
- Jannah, N., & Setiawati, B. (n.d.). Dinamika Kelompok Anyaman Purun Desa Halangan Kecamatan Pugaan Pada Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Tabalong. *JAPB*, 3(2), 1031–1041. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/334>
- Kasmiri, K., & Setiany, D. T. (2020). Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Suryakencana Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1(1), Vol 1, No., 1–11. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i1.9615>

- Marhaeni K, D. (2019). Representasi Anak-Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi: Makna*, 1(1), 1–11. www.agbnielson.net
- Mulyana, D., & Solatun. (2008). Metode Penelitian Komunikasi : Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis. In D. Mulyana & Solatun (Eds.), *Metode Penelitian Komunikasi : Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*.
- Irsyaf, N., & Wahyuni, I. I. (2022). STRATEGI IMC PADA MIKTI DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM DUKUNG GURU DIGITAL. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 161-170. <http://dx.doi.org/10.35760/mkm.2021.v5i2.4527>
- Piliang, Y. A. (2019). Semiotika Dan Hipersemiotika Kode Gaya dan Matinya Makna. In *Matahari*.
- Dikky Prabhawa, M., & Rahayu, D. (2022). Penentuan Top Kampanye Pemasaran Menggunakan Social Network Analysis Pada Shopee Dan Tokopedia Di Media Sosial Twitter. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 11(1), 11(1), 120–133. <https://doi.org/10.35457/translitera.v11i1.1982>
- Raudeliuniene, J., Davidavičiene, V., Tvaronavičiene, M., & Jonuška, L. (2018). Evaluation of advertising campaigns on social media networks. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10040973>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Riwu, A., & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara. *Deiksis*, 10(03), 212-223. <http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v10i03.2809>

- Rulli Nasrullah (penulis); Nunik Siti Nurbaya (editor). (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi / penulis, Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. ; editor, Nunik Siti Nurbaya*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2017 Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Schwemmer, C., & Ziewiecki, S. (2018). *Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube*.
<https://doi.org/10.1177/2056305118786720>
- Wahjuwibowo MSi, I. S. (2019). *Semiotika Komunikasi Edisi III: aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi*. Rumah Pintar Komunikasi.
- Yang Feng, H. C. & L. H. (2019). Consumer Responses to Femvertising: A Data-Mining Case of Dove's "Campaign for Real Beauty" on YouTube. *Https://Www.Tandfonline.Com/Journals/Ujoa20*, Volume 48.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1602858>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.