

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al Habsy, F. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. In 2023. Sukoharjo : Tahta Media Group.
- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Edisi revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Birowo, A. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi; Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Bungin, B. (2017). *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger and Thomas Luckmann* (Cetakan ke). Jakarta : Universitas Indonesia.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten : Lakeisha.
- Karyaningsih, P. D. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Samudera Biru.
- Kotler, P. (2016). *Kotler on Marketing How to Create, Win, and Dominate Markets* (12th ed.). New Jersey: Freepress.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Kuswandi, W. (2020). *Komunikasi massa analisis interaktif budaya massa* (edisi revi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (6th ed.). Bandung: Rosda Karya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2011). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan : (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan | Perpustakaan Badan Penelitian dan Pengembangan Perhubungan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, H. (2014). *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (Anastasia Diana (ed.)). Yogyakarta: ANDI.
- Vera, N. (2022). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (Revisi). Jakarta : Rajawali Pers.
- Wahjuwibowo, I. S. (2019). *Semiotika Komunikasi: aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi* (Edisi3 (ed.)). Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, F. M. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Pustaka Ilmu.
- Jurnal:
- Agustin, C., Risnawati, R., & Yusron, A. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Moral Dalam Islam Pada Iklan Aqua: “Sambut Kebaikan Ramadhan Bersama Aqua” Di Instagram Pada Tahun 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 30–44. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.260>
- Anjani, S. (2020). Mengkomunikasikan pesan di media sosial instagram [the role of social media influencers in communicating messages using instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203–229.
- Hakim, L., & Monalisa, O. (2022). Roland Barthes Semiotics Analysis on Ramadan

Version of Pocari Sweat Advertisement 1442 H. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 133–146.

- Haryono, S. R., & Putra, D. K. S. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi ‘Temukan Indonesiamu’. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 13(2), 67–88.
- Ihza, N., & Jannah, D. R. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Susu SGM Eksplor Versi “Tunjuk Tangan”. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 3(1), 45–52. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i1.875>
- Isman, F. G., Johari, A., & Pratama, G. (2022). Analisa Semiotika Sosial Pada Iklan Aqua. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(1), 1–8.
- Malik, R. S. (2023). Analisis Semiotik Barthes Tayangan Iklan Aqua Edisi “Ngomong Jepang” Pada Media Televisi. *Paramasastra*, 10(2), 288–299. <https://doi.org/10.26740/paramasastra.v10n2.p288-299>
- Marsheilo, B., & Tamburian, D. (2022). Analisis Semiotika Iklan Aqua Kids 2020. *Prologia*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10257>
- Pangestu, A. A. (2023). Analisis Teori Mitos Roland Barthes pada Iklan AQUA “Burung Botol”. *Prosiding Seminar Nasional*, 02(04), 802–809.
- Safitri, R. N., Ramli, M. R., & Siregar, B. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Burger King Versi “Pesanlah dari McDonald’s”. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 3(2), 120–131.
- Syahrani, S., Hadawiah, H., & Zelfia, Z. (2022). Analisis Semiotika Iklan Wardah Beauty Moves You Melalui Media Youtube. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(2), 202–220. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i2.124>
- Waode, F. A. N. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Visualisasi Iklan Marjan 2023. *Jurnal Komunikasi Visual*, 03(05), 1–8.
- Wicaksono, A. R., & Diyah Fitriyani, A. H. (2022). Analisis Semiotik Roland

Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Acintya : Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 13(2), 155–164.
<https://doi.org/10.33153/acy.v13i2.3939>.

Yulika, N. L. E. C., Budiarta, I. W., & Susanthi, I. G. A. A. D. (2022). Analisis Makna, Pesan, dan Retorika dalam Iklan Kitabisa.com. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 8(2), 472–491.
<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara>

Internet:

www.sejarahkita.com. (2023). *Jejak Aqua di Indonesia: Dari Awal Hingga Sekarang* - Sejarah Kita. 07 Desember 2023.
<https://www.sejarahkita.com/2023/12/jejak-aqua-di-indonesia-dari-awal.html>

