

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Afandy, Muhammad Rapi Tang, & Mahmudah, M. (2024). Kajian Simiotika pada Iklan Layanan Masyarakat di Kabupaten Barru Teori Charles Sanders Peirce. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(2), 2018–2028. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3645>
- Alhadi Nelsa, M. S., Anintya Wanda Permana, M. S., & Tegar Roli A., M. S. (2024). *MENGURAI PESAN VISUAL*.
- Aprilia, D., & Apriliyani, N. Y. A. (2023). Kajian psikolinguistik dalam pembelajaran bahasa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(November), 15–22. <https://ejurnal.unisda.ac.id/index.php/pentas/article/view/4868/2922>
- Aziz, A. (2021). REFRESENTASI SEMIOTIKA AL-QURAN (Analisis Simbol Warna Putih). *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman*, 5(01), 58–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.36671/mumtaz.v5i01.173>
- Bailana, U. (2024). *A nalisis Kata “ Nikmat ” Perspektif Teori Semiotika Roland - Barthes dalam Surah Ar-Rahman*. 26–39.
- Fauzi, F. (2024). *Peran Copywriter dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ” Stop Penyiksaan Hewan sebagai Sarana Hiburan ” Fabil Fauzi ataupun non-verbal . Komunikasi tidak hanya melibatkan bahasa namun juga dapat terjadi Dari penjelasan di atas penulis merumuskan judul*. 2(3).
- Fitri, F. A., Mubarat, H., Iswandi, H., Indo, U., & Mandiri, G. (2023). *Analisa Semiotik Iklan Produk Makanan Indomie Lima Puluh Tahun Semiotic Analysis of Fifty Years of Indomie Food Product Advertisements*. 5(2).
- Hasyim, N., Yogananti, A. F., Visual, D. K., & Nuswantoro, U. D. (2022). *Menilik video iklan komersil dimasa pandemi di indonesia*. 5, 133–139.
- Mulyadi, A. I. (2022). Analisis Semiotik “C.S Peirce” Dalam Iklan Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(1), 25–26.

- Nensiliati, N., Damat, Y., & Ridwan, R. (2023). Ikon, Indeks dan Simbol dalam Iklan Scarlett Whitening di Youtube. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran (KIBASP)*, 7(1), 27–35.
<https://doi.org/10.31539/kibasp.v7i1.6034>
- Ratih Puspitasari, D. (2021). nilai sosial budayaa dalam film tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce) Social-Cultural Values in Tilik Film (Semiotic Study of Charles Sanders Peirce). *Jurnal SEMIOTIKA*, 15(1), 2579–8146. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Raturahmi, L., & Wanty, F. (2015). Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Iklan Parfum Axe. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(2), 66–77. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/533>
- Ridwan, I. M. (2021). Analisis Narasi Visual Pada Iklan Layanan Masyarakat Stereotipe-Z. *Wacadesain*, 2(1), 34–46.
<https://doi.org/10.51977/wacadesain.v2i1.406>
- Sari, I. M., & Rahayu, P. B. (2023). Makna dan Pesan yang Terkandung dalam Iklan Video Sirup Marjan pada Ramadhan 1442 H (Sebuah Kajian Semiotika). *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1), 54–71.
<https://doi.org/10.55638/jcos.v5i1.380>
- Semiotika, A., & Sanders, C. (2022). *Iklan Layanan Masyarakat Sensus Penduduk dengan Wawancara Atau Online Di Televisi Tahun 2020*. 2(3), 75–85.
- Setyanto, D. W. (2018). TEORI JANGKAR SEMANTIK PADA WARNA SERTA PENERAPANNYA PADA FOTOGRAFI IKLAN Daniar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/view/2688>
- Shela Dwi, L. P., Hendra, A., Darwadi, S., & Kom, M. I. (2022). *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan di Kemkoinfotv “Vaksinasi*

Melatih Tubuh Kenal, Lawan, dan Kebal". (Doctoral dissertation, Universitas Baturaja).

- Siagian, N., Barus, A., & Ginting, R. (2021). Fungsi dan Makna Uis Kapal dan Uis Nipes dalam Masyarakat Karo : Kajian Semiotik. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(5), 439.
<https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v2i5.122>
- Sirait, Z., & Maulana, C. (2021). *Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Konteks Percakapan Iklan Komersil di Radio*. November, 56–64.
<https://doi.org/10.47709/jbsi.v1i1.1232>
- Suryantara, Nasafka, A., Sartika, D., Riska, Apriana, E., Herdianawati, R., Hafid, Sahada, R., Pratista, Andria, A., & Chaniago, Septian, A. (2025). *Analisis Konstruksi Makna Visual Iklan Gojek "Pasti Ada Jalan" Berdasarkan Semiotika dan Wrna*. 1(1), 186–196.
- Zahra, E. (2023). Islam dan Kearifan Lokal Pada Iklan Sirup Marjan Versi Ramadan 1443 H (Analisis Semiotika John Fiske). *Eprints Uinsaizu*, 82.
[https://eprints.uinsaizu.ac.id/18115/1/Elfanida Zahra_Islam san Kearifan Lokal pada Iklan Sirup Marjan Versi Ramadhan 1443 H %28Analisis Semiotika John Fiske%29.pdf](https://eprints.uinsaizu.ac.id/18115/1/Elfanida%20Zahra_Islam%20san%20Kearifan%20Lokal%20pada%20Iklan%20Sirup%20Marjan%20Versi%20Ramadhan%201443%20H%20Analisis%20Semiotika%20John%20Fiske%29.pdf)
- Zakiah, S. N., Indira, D., Ardiati, R. L., & Soemantri, Y. S. (2021). Representasi Wanita Dalam Poster Iklan Pengharum Pakaian "Downy": Kajian Semiotika Peirce. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 6(2), 110–125.
<https://doi.org/10.23917/cls.v6i2.15055>