

DAFTAR PUSTAKA

- Spence, C., Motoki, K., & Petit, O. (2022). Factors influencing the visual deliciousness / eye-appeal of food. *Food Quality and Preference*, 102, 104672. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104672>
- Mahendra, B. P. (2017). EKSISTENSI SOSIAL REMAJA DALAM INSTAGRAM (SEBUAH PERSPEKTIF KOMUNIKASI). *DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals)*. <https://doi.org/10.22441/jvk.v16i1.1649>
- Sobur, A. (2006). Semiotika komunikasi / Alex Sobur). *Semiotika Komunikasi*, 2006(2006),199.<http://library.um.ac.id/freecontents/index.php/buku/detail/semiotika-komunikasi-alex-sobur-32654.html>
- Danesi, M. (2010). Pengantar memahami semiotika media. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. https://library.isi-padangpanjang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=14598&keywords=
- Penerapan Komunikasi Visual CV.Olimpic Sari Rasa Melalui Akun Instagram Menggunakan Teori Visual Branding Marty Neumeiner. (2021). *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 32.
- Zed, M. (2004). Metode penelitian kepustakaan. In *Yayasan Obor Indonesia eBooks*. http://fia.ub.ac.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=511
- Hell, P., & Root, C. B. (2007). Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. <https://eprints.umk.ac.id/2450/7/Bibliography.pdf>

- Wibowo, W. (2011). CARA CERDAS MENULIS ARTIKEL ILMIAH. *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*.
https://perpustakaan.unitomo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=15642&keywords=
- Kurniawan, K. (2001). Semiologi Roland Barthes. *Semiologi Roland Barthes*.
http://perpustakaanbadanbahasa.kemdikbud.go.id/slims/index.php?p=show_detail&id=15955&keywords=
- Piliang, Y. A. (2018). Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*.
https://dlibrary.ittelkom-pwt.ac.id/?p=show_detail&id=10745
- Sobur, A. (2001). Analisis teks media. *Analisis Teks Media*.
https://munas.kemdikbud.go.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=1474
- Syarafina, B., & Romadhona, M. (2020). Welcome to UPN Veteran Jatim Repository - UPN Veteran Jatim Repository. *Analisi Makna Pesan Verbal Dan Non Verbal Dalam Iklan Televisi "Mie Sedaap Korean Spicy Soup."*
<https://repository.upnjatim.ac.id/1230/>
- Satria, A. B. (2020). *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Shoppe Versi Cristiano Ronaldo Di Youtube*. Retrieved July 11, 2023, from https://eprints.upnyk.ac.id/25168/1/SKRIPSI%20FULL%20TEXT_153160178_AGID%20BAYU%20SATRIA.pdf

- Asri, R. (2018). KONSTRUKSI REALITAS KECERDASAN ANAK: ANALISIS SEMIOTIK BARTHES IKLAN SUSU FORMULA ANAK DI TELEVISI. *Jurnal Elektronik Untidar*, 2(1), 43–65. <https://doi.org/10.31002/jkkm.v2i1.759>
- Nararya, R. R. W. D. K., & Laksana, R. C. M. (2022). KAJIAN SEMIOTIK JEAN BAUDRILLARD DALAM IKLAN TELEVISI NESTLE BEAR BRAND. *ASKARA Jurnal Seni Dan Desain*, 1(1), 29–34. <https://doi.org/10.20895/askara.v1i01.589>
- Aziz, N. A. (2020). *KONSTRUKSI MASKULINITAS DALAM IKLAN KOMERSIAL PRODUK PRIA (Analisis semiotik pada iklan Shampo Dove Men +Care)*. <https://eprints.umm.ac.id/68038/>
- MSi, H. a. S. (2022). *Komunikasi antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Bumi Aksara.
- Widjaja, A. W. (1986). *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*.
- Riswandi. (2009). *Ilmu komunikasi*.
- Y, H. (2009). *Belajar Membuat Iklan Sukses*.
- Lee, M., Johnson, C. C., Munandar, H., & Priatna, D. (2007). Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. *Semanticscholar*. http://digilib.fisip.undip.ac.id/index.php?p=show_detail&id=550
- Jefkins, F. (1997). *Advertising* (4th ed.).
- Bearden, W. O., Ingram, T. N., & LaForge, R. W. (2007). *Marketing: Principles and Perspectives*. Irwin/McGraw-Hill.
- Van Zoest, A. (1992). *Serba-serbi semiotika*.

Littlejohn, S. W. (2008). *Theories of human communication*. Wadsworth
Publishing Company.