

DAFTAR PUSTAKA

- Anista, T., Novitasari, D., Virgiana, B., Ki Ratu Penghulu No, J., Sari Baturaja OKU, K., & Baturaja JI Ki Ratu Penghulu No, U. (2022). Representasi Gaya Hidup Konsumerisme Dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Orang Kaya Baru). *Jurnal Massa*, 03, 55–68. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, L. A. (2019). Representasi Identitas Nasionalisme Indonesia dalam Iklan Rokok Dji Sam Soe “Mahakarya.” *Channel: Jurnal Komunikasi*, 7(2), 125. <https://doi.org/10.12928/channel.v7i2.13576>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Fatonah, K., & Suyuti, A. (2022). Representasi Indonesia dalam Video Musik “Wonderland Indonesia.” *Eduscience: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 86–94. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-26000-11_3021.pdf
- Fiske, J. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta, Buku Litera.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hardjana, A. M. (2003). *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta. Kanisius.
- Haryono, S. R., & Putra, D. K. S. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi “Temukan Indonesiamu.” *Acta Diurna*, 13(2), 67–88. jos.unsoed.ac.id/index.php/acra_diurna/article/download/614/473
- Hidayat, D., Rachmiatie, A., Rizkyana, D., Studi Ilmu Komunikasi, P., Komunikasi dan Desain Universitas ARS, F., Studi Jurnalistik, P., Ilmu Komunikasi, F., Islam Bandung, U., Sekolah International, J., Bandung, A., Tamansari No, J., Bandung Wetan, K., & Bandung, K. (2020). Perilaku Komunikasi Dalam Konteks Hanacaraka Masyarakat Kampung Cireundeu. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(2), 495–508. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/747>
- Hidayat, R. O., Komunikasi, I., Bisnis, F. K., Telkom, U., & Barat, J. (2014). *Representasi nasionalisme dalam film habibie dan ainun representasion of nationalism in film habibie and ainun jurnal*. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/342/submission/c>

opyedit/342-928-1-CE.pdf

- Indriani, N. P. (2013). *Representasi Nasionalisme Dalam Film Tanah Surga, Katanya (Studi Semiotik Roland Barthes Mengenai Representasi Nasionalisme Dalam Film Tanah Surga, Katanya)*. 21(1), 1–9.
- Khosasih, A. (2015). *Perancangan Ensiklopedia Digital Ilmu*. 23–40.
- KNBS. (2013). Representasi Kebudayaan Dalam Iklan Rokok Gudang Garam. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 38–52.
- Kolly, A. S. (2013). Indonesia dalam Iklan Kuku Bima Energi Versi Flores, Nusa Tenggara Timur di Media Televisi. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 38–52.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana.
- Masfufah, A. (2020). Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Lirik Lagu “Menoleh” Oleh Pandji Pragiwaksono). *AL Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(2), 143–152. <https://www.neliti.com/id/publications/237541/konstruksi-nilai-nilai-nasionalisme-dalam-lirik-lagu-analisis-semiotika-ferdinan>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhidayati, A. (2017). Nasionalisme dalam Film Habibi Ainun. *Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id*, 5(2), 266–279. [http://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/07/ejournal_genap_Ana_Nurhidayati\(07-14-17-05-58-20\).pdf](http://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/07/ejournal_genap_Ana_Nurhidayati(07-14-17-05-58-20).pdf)
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Paramita, S. (2017). Lokal Perspektif Komunikasi Pariwisata Masyarakat di Desa Sade Lombok. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(4), 146–156.
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Koomunikasi*. Malang. Intrans Publishing.
- Pratiwi, A. (2018). Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai Perindo). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 17. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1426>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang. Intrans Publishing.
- Putranto, T. D., & Susilo, D. (2021). Pesan Nasionalisme dalam Video Musik ‘Wonderland Indonesia.’ *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 185–196.
- Rahayu, M. (2019). *Representasi Konten Lokal Pada Program Indonesia Bagus*

Produksi Net tv Episode Kediri. 3(1), 26–53.

Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Sholeh, M., & Juniarti, G. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Dalam Iklan Pariwisata Wonderful Indonesia “an Exploration of the Wondrous Labuan Bajo.” *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4(2), 131–149. <https://doi.org/10.32534/jike.v4i2.1043>

Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Sobur, A. (2020). *Semiotika Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Soewardikoen, D. W., & Khairunnisa, A. (2015). Mengukur Nasionalisme Dalam Iklan. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 1(2). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2009.1.2.5>

Suminto, R. . S. (2015). Batik Madura: Menilik Ciri Khas dan Makna Filosofinya. *Corak*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.24821/corak.v4i1.2356>

Suryono, J., Astuti, P. I., Rahayu, N. T., & Widayati, M. (2019). (Caricature of Outdoor Media Political Advertising Dont Buy Cats in Sacks) kota Surakarta . Iklan Politik Media Luar Ruang Honda Hendarto menarik untuk verbal peribahasa Jangan Membeli Kucing Politik Media Luar Ruang lainnya biasanya Politik Media Luar. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12(1), 46–60.

Syahril, P. C. (2019). *Pesan Nasionalisme Dalam Film 3 Srikandi,(Sebuah Studi Semiotika Dalam Film 3 Srikandi)*. <http://repository.uin-suska.ac.id/29818/>

Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta. Raja Grafindo.

Vusvitasari, K., Alfani, H., & Rosihan, A. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Konflik Di Wamena Papua. *Jurnal Online Mahasiswa Komunikasi*, 1. <http://www.journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/645/471>

Wibowo. (2013). *Budaya Organisasi*. Jakarta. Rajawali Pers.