

DAFTAR PUSTAKA

- Aw, S. (2015). *Implementasi teori komunikasi sosial budaya dalam pembangunan integrasi bangsa*. *Informasi*, 45(1), 65–72.
- AW, Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ayu Prasetyaningtyas, “*Analisis Semiotik Dan Wacana Pada Iklan Rokok La Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” Versi Topeng Monyet Di Media Televisi*”, *Skriptorium*, Vol. 1 No. 3(Maret 2012).
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cetakan Keempat). Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Chen, M. (2009). *Food-Related Lifestyle and Trust-in-Food-Safety Typology in*
- Darwanto. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Diyah, I. A., & Wijaya, T. (2017). Determinant Factors of Purchase Intention on Green Product. *Jurnal Aplikasi Manajemen*,
- Durianto, Darmadi., S. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Nasional.
- Eco, U. (2010). *Teori Semiotika Signifikansi, Teori Kode Serta Teori Produksi Tanda*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.
- Fanani, A. K. (2013). *Pesan Moral Dalam Iklan Oreo Versi Oreo Dan Handphone Ayah: Pendekatan Semiotika Roland Barthes*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hidayat, Nur Dedy. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ikli, Hariyati rika. *Nilai moral Pada Iklan Deterjen Total Almeera Di Televisi*. Ponorogo: Skripsi IAIN Ponorogo, 2018.
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2001
- Jaiz, S.Sos., MPd, M. (2013). *Dasar-dasar sebuah Periklanan*. In *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.

- Kadar, N., & Khaerul, U. (2012). *Komunikasi Public Relations*. Bandung, CV Pustaka Setia.
- KBBI Online. (2020). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud.
- Kriyantono, Rachmat. *Manajemen Periklanan Teori dan Praktik*. Malang: UB Press, 2013.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. In Kencana Prenadamedia Group.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. In Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. In Biomass Chem Eng (Vol. 41, Issues 23–6).
- Notoatmodjo, S. (1993). *Pengantar pendidikan kesehatan dan ilmu perilaku kesehatan*. Andi Offset.
- Nurjaman Kadar, khaerul umam (2012) *komunikasi dan*
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan hipersemiotika: kode, gaya & matinya makna*. Matahari.
- Prasetyaningtyas, Ayu. Analisis Semotika dan Wacana Pada Iklan Rokok LA Lights “Yang lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!”. *Skriptorium vol 1 No.3(2012):1-2*.
- Public Relation*. (Bandung : PustakaSetia).
- Sampoerna A Mild “Go Ahead” Di Media Televisi (Studi Pada Ketiga Versi Iklan Rokok Sampoerna A Mild)*. taiwan.
- Tenggono, C. M. (2016). *Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Iklan Rokok*
- Vera, Nawiroh. *Semotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia. 2014

