

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Basari, Hasan. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (diterjemahkan dari buku asli Peter L. Berger & Thomas Luckman: The Social Construction of Reality)*, Jakarta: PL3ES.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, D. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru*. Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mc Quail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. (Edisi Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sendjaja, S. Djuarsa. (2007). *Teori Komunikasi*. Universitas terbuka
- Sobur, Alex. 2020. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Saussure, Ferdinand de. 1993. *Pengantar Linguistik Umum, terjemahan dari buku "Course de Linguistic Generale"*. Yogyakarta: Gajahmada University Press

Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada

Susanto, Eko Harry. 2014. *Dinamika Pesan Iklan*. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara.

Dharma, Ferry Adhi. 2018. *Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Bergertentang Kenyataan Sosial*. Kalan: Jurnal Ilmu Komunikasi

Pujiati, T. (2017). *Analisis Semiotika Struktural Pada Iklan Top Coffe*. Jurnal Sasindo Unpam

Riska Febrianti. (2019). *Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Bermain Games di Handphone Versi Masdulloh Pada Youtube*. Skripsi. FISIP Universitas Pasundan.

Yogie Alontari. (2017). *Analisis Semiotika Iklan Susu Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang di Televisi*. Skripsi. Universitas Pasundan

Virli Orlina. (2019). *Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan L-Men Versi "Men's Guide" di Youtube)*. Skripsi. Universitas Pasundan.