

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Barthes, R. (1991). *Mithologies*. New York: The Noonday Press.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cresswell, J.W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. London, United Kingdom: Sage Publications.
- Danuri, M. (2017). *Trend Cybercrime dan Teknologi Informasi di Indonesia*.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram*. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272.
- Fatimah. (2020). *Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Syahril, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Tallasa Media.
- Gunalan, S., & Hasbullah, H. (2020). Analisis Pemaknaan Semiotika Pada Karya Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 44–51.
- Gulo, A. S., Lasmadi, S., & Nawawi, K. (2021). *Cyber Crime Dalam Bentuk Phising Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. *Journal Of Criminal Law*, 1(2), 68–81.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representatition And Signifying Practices*. London: SAGE Publications
- Hayati, M., & Fata, D. (2021). *Analisis Keamanan Informasi Pengguna Media Sosial Menggunakan Setoolkit Melalui Teknik Phising*. *Djtechno Jurnal Teknologi Informasi*, 2(1), 21–28.
- Hoed, Benny H. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Kurnia, Novi. (2004). *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(1), pp.17-36.
- Kusuma, Mahesa Jati, & SH, M. H. 2019. *Hukum Perlindungan Nasabah Bank: Upaya Hukum Melindungi Nasabah Bank terhadap Tindak Kejahatan ITE di Bidang Perbankan*. Nusamedia.

- Kevinia, K., Syahara, P., Aulia, S., & Astari, T. (2022). *Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film Miracle in Cell No 7 Versi Indonesia*. *Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38–43.
- Muftiadi, A., Agustina, T. P. M., & Evi, M. (2022). *Studi Kasus Keamanan Jaringan Komputer : Analisis Ancaman Phising Terhadap Layanan Online Banking*. *Hexatech : Jurnal Ilmiah Teknik*, 1(2), 60–65.
- Nasrul, Muhammad, & Elihami. (2022). *Representasi Kode dalam Rombu Solo Desa Ranga Kabupaten Enrekang: Kajian Semiotika*. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(1), 206-220.
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Prasetya Didiek. (2022). *Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Rinso “YUK MULAI BIJAK PLASTIK!”* *Jurnal Narada*, 9(3), 287–306.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Prasetyo, P.B.E. (2003). *Iklan Televisi Sebagai Sarana Branding Produk Rokok (Analisis Semiotik Terhadap Iklan Rokok Gudang Garam Internasional Versi Survivor)*. *Nirmana*. 5(1): 31-47.
- Rachmawati, D. (2014). *Phising Sebagai Salah Satu Bentuk Ancaman Dalam Dunia Cyber*.
- Riwu, Asnat, & Pujiati, Tri. (2018). *Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara*. *Deiksis*, 10(03), 212-223.
- Rosalina. (2012). *Maskulinitas pada Iklan Televisi (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Extra Joss, Surya Pro Mild, dan Vaseline Men Face Moisturiser)*. Unpublished undergraduated thesis. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Saragih, A. (2011). *Semiotik Bahasa*. Medan: Pascasarjana Universitas Negeri Medan
- Samovar, Larry A., Richard E Porter & Edwin McDaniel. (2014). *Komunikasi Lintas Budaya (Communication Between Cultures) Edisi ke-7*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Siswati, Endah. 2014. “*Representasi Domestikasi Perempuan dalam Iklan*”. *Jurnal Komunikasi*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Suwasana, A. A. (2000). *Hubungan gender dalam representasi iklan televisi*. Nirmana, 3(1), 1-16.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset
- Vera Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Vira, A., & Reynata, E. (2022). *Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa*. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wijaya, J. E., & Okta, J. (2021). *Pemanfaatan Situs Web Youtube Sebagai Wahana Promosi dan Sumber Pendapatan Tambahan Bagi Pemerintah Desa*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fordicate*, 1(1), 99–108.
- Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.

Website:

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/jerat-hukum-pelaku-iphishing-i-dan-modusnya-cl5050/>

<https://cloudraya.com/blog/pengertian-phishing-dan-jenis-jenisnya-panduan-lengkap-untuk-pengguna-internet/>

<https://www.sanglah-institute.org/2020/04/sekilas-representasi-menurut-stuart-hall.html>

<https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riSET/pressroom/siaran-pers/2023/12/14/07/45/edukasi-perlindungan-data-bca-luncurkan-video-edukasi>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-lahat/baca-artikel/16831/Ketentuan-terkait-Penipuan-Menggunakan-Nama-Instansi.html>