

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Davis Howard & Walton Paul. 2010. *Bahasa Citra Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Morrisan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrisan dan Wardhani Corry Andy. 2009. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrisan. 2010. *Periklanan Komunikai Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Rivers, L Willimdkk. 2003. *Media Massa Masyarakat & Modern*, Jakarta: Kencana.
- Sobur Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur Alex. 2004. *Analisis Teks Media*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Asrofah, 2014. Semiotik Mitos Roland Barthes Dalam Analisis Iklan Di Media Massa. *Jurnal Sasindo*, volume.2 No.1, 6-7. Universitas PGRI Semarang.
- Azman. 2018. Penggunaan Media Massa Dan Media Sosial Dikalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*. Volume. 1 No.1. 1-3. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Crhistianto. 2010 . Perlindungan Hak Anak Terhadap Iklan Rokok Yang Tidak Memperagakan Wujud Rokok. *Jurnal Konstitusi*, volume. 7. No. 4 104,106, 108.

- Lukitaningsih Ambar. (2013). Iklan yang Efektif Strategi Komunikasi Pemasaran, *jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, volume, 13, no 2, 117-121, universitas sarjanawiyata yogyakarta.
- Octaviani Vethy. (2015). Efektifitas Penggunaan Media Periklanan Pada Universitas Dehasen Bengkulu (Studi Komparatif Iklan Media Lini Atas Dan Iklan Media Lini Bawah). *Jurnal profesional FIS UNIVED*. Volume.2 No. 2.16-19.
- Shofa Fathin dan Utami Astria Melna. (2018). Menyikap Makna Dan Tanda Dalam Iklan rokok Amild Versi “Hasrat” Sebuah Kajian Semiotika. *Jurnal Kajian Bahasa*. volume. 6, No 2. 181-183.
- Syafikarani Aisyi. (2018). Kajian Komunikasi di Balik Makna Campaign AMILD “Nanti Juga Lo Paham”. *Jurnal Seni Rupa & Desain*, volume. 21, No 22, 82,89,94.
- Susanto tri Teguh, dkk. (2018). Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan (Studi Pada Ibu-Ibu Pengurus Yayasan Uswatun Hasanah, Pancoran Mas Depok Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume.1. No.3. 578-580.

Skripsi

- Aulia Ian. (2020). Pemaknaan Iklan Counterpain Di Televisi Versi “Jatuh dan Bangkit Lagi”. *Skripsi*. FISIP, Universitas Malikussaleh.

Dara Rita Adinda. (2019). Analisis Semiotika Dalam Iklan Shopee 12.12 Birthday Sale Edisi Blackpink, (Studi Analisis Semiotika Charles Sander Peirce). *Skripsi*. UIN Sunan Ampel.

Hasnidar Hasan. (2018). Iklan Rokok Class A *MILD* (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar.

Nurnanengsi. (2016). Representasi Konsep Cantik Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Dalam “Iklan Pelembab Wajah Fair & Lovely Versi Gita Virga”). *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar.

Analisis Strategi Kreatif Mobile Advertising Midline Production Melalui Program “A Mild Live Soundrenaline 2008” .(Analisis Studi Diskriptif Kualitatif Mobile Advertising Dalam Meningkatkan Aktivitas Branding Dan Pencitraan). *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta.

Perundang-Undangan/Peraturan Pemerintah

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012, Tentang Pengamanan Bahan Yng Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan, Departemen Pemerintan Republik Indonesia.

Media Massa

_____.(2016). *Pengertian Spanduk Beserta Fungsi.*

(<http://www.seputarpengetahuan.co.id>). diakses pada tanggal 15 Januari 2021.

- Akmalia Nurul. (2017). *Mitos Dalam Iklan*. (<https://binus.ac.id/malang/2017/10/mitos-dalam-iklan>) diakses pada tanggal 11 juli 2021.
- Juliana Cut. (2013). *Collection Of Fiction Social*. (<https://etd.unsyiah.ac.id>) diakses pada tanggal 07 juli 2021.
- Susah tidur daily. (2020). Kritik Tajam Iklan *A MILD* “Bukan Main” Full Version Untuk Manusia Modern. (<https://susahtidur.net/blog/2020/07/13>) diakses pada tanggal 05 November 2021.