

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalla, C., & Baskerville, R. L. (2019). Information and Organization Using semiotics to analyze representational complexity in social media. *Information and Organization*, 29(4), 100271.
<https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.100271>
- Abdul, H. K. (2016). *Abdurrahman An-Nahlawi, Prinsip-Prinsip Metode Pendidikan Islam*, (Bandung: IKAPI, 1989), hlm. 331. 66. 1(1).
- Administrator. (2018). Keris Jati Diri Budaya Jawa. *INDONESIA.GO.ID*.
<https://indonesia.go.id/kategori/komoditas/294/keris-jati-diri-budaya-jawa>
- Adryamarthanino, V. (2022). Perbedaan Perjuangan Indonesia Sebelum dan Sesudah 1908. *Kompas.Com*.
https://www.kompas.com/stori/read/2022/02/11/090000779/perbedaan-perjuangan-indonesia-sebelum-dan-sesudah-1908?page=all&jxconn=1*1kolxv5*other_jxampid*ZVITNXBTMkVneHhtd2tDdHA2ZW9qeUhkNGZYdjFjejIDYzBrS0ZxakE0NIJoX0YwVjhyY0lwS0Vzd nZjSkVHWg..#page2
- Afryanto, S. (2013). Internalisasi Nilai Kebersamaan melalui Pembelajaran Seni Gamelan (Pendidikan Karakter bagi Mahasiswa). *Jurnal Seni Dan Budaya Pangung*, Vol. 23, 30–41.
- Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet*. 1, 124–134.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (R. Karyanti (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Atkin, A. (2006). *Peirce's Theory of Signs*. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/#BasSigStr>
- Bank Indonesia. (2019). *QR Code Indonesian Standard (QRIS) Apa Itu QRIS?* Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=QRIS pertama diluncurkan oleh Bank,lambat tanggal 31 Desember 2019>
- Bogdan, R. C. (1972). *Participant Observation in Organizational Settings*. Syracuse University Press.
- Byun, K., & Kim, S. (2020). *A Study on the Effects of Advertising Attributes in*

- YouTube e-sport Video*. 12(2), 137–143.
- Candrawardhani, S. (2022). *Apa Itu Gesture Tubuh? Ini 7 Jenis, Arti, dan Cara Mengaturnya Saat Interview*. Kitalulus.Com.
<https://www.kitalulus.com/bisnis/apa-itu-gesture-tubuh>
- Chandler, D. (2022). *Semiotics The Basics*. Deanta Global Publishing Services, Chennai, India. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4324/9781003155744>
- CNN Indonesia. (2022). *10 Kepribadian Dilihat dari Cara Duduk, “Insecure” sampai Genit*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220524192511-289-800745/10-kepribadian-dilihat-dari-cara-duduk-insecure-sampai-genit>
- Compagno, D. (2015). Standing on the shoulders of giants: A semiotic analysis of Assassin’s Creed 2. In *International Handbook of Semiotics*.
https://doi.org/10.1007/978-94-017-9404-6_45
- Denzin, K., & Lincoln, Y. (2011). *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- DKV, A. (2022). *10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi dalam Desain*. Machung. machung.ac.id
- Elsa, S. (2021). *Memaknai Arti Perjuangan Dahulu dan Sekarang bagi Kaum Terpelajar*. SMAK PENABUR HARAPAN INDAH.
<https://bpkpenabur.or.id/bekasi/smak-penabur-harapan-indah/berita/berita-lainnya/memaknai-arti-perjuangan-dahulu-dan-sekarang-bagi-kaum-terpelajar>
- Fadillah, N., & Sounvada, S. N. (2020). Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita “Kita Tak Sendiri” Episode 4. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(03), 201–214. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i03.855>
- Fasikh, M., & Murtadho, A. M. (2020). A SEMIOTIC ANALYSIS FOUND ON KOPI KAPAL API SPECIAL MIX RAMADHAN EDITION ADVERTISEMENT. 5(2), 41–48. <https://doi.org/10.37110/jell.v5i02.103>
- Fatimah, S. (2019). *PERJUANGAN MANDE SITI MELAWAN KOLONIAL BELANDA DI MANGGOPOH SUMATERA BARAT TAHUN 1908-1925 SEBAGAI SUMBANGAN PENGAJARAN SEJARAH DI SMA MUHAMMADIYAH 3 PALEMBANG*. 23–112.
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. 18(2), 171–

178.

- Fuad, V. (2020). Membangkitkan Jiwa Nasionalisme Generasi Millennial Dengan Mengurai Benang Sejarah Perjuangan Bangsa Indonesia. *Jurnal Tamaddun : Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam*, 8(2).
<https://doi.org/10.24235/tamaddun.v8i2.7234>
- Hans, H. (2015). Representasi Sikap Nasionalisme Dalam Sinema Indonesia (Studi Peran Komunikasi Massa Modern Film “ Darah dan Doa ”). *Semiotika*, 9(2), 372–397. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/20/14>
- Hidayati, T. (2020). *Analisis Semiotika Iklan OVO Versi Oma Makin Sakti Tentang Evolusi Pembayaran Mobile*.
<http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/4113>
- Hidayati, Y., & Rukmini, B. (2021). IMPLEMENTASI NILAI-NILAI DEMOKRASI DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 7, 40–47.
- Ilhamsyah. (2021a). *Advertising Era Digital*. Penerbit ANDI.
- Ilhamsyah. (2021b). *Pengantar Strategi Kreatif: Advertising Era Digital* (D. Arum (ed.)).
- Imron, A. (2019). *No Title*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12290/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12290/5/BAB%20II.pdf)
- Kholifah, S., & Suyadnya, I. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Berbagai Pengalaman Dari Lapangan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Lubis, A. A. (2021). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada sampul majalah Tempo edisi satu perkara seribu drama. *IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 184.
- Marcella, D., & Winduwati, S. (2019). Representasi Nilai-Nilai Kepahlawanan Iklan Gojek (Studi Semiotika Iklan Gojek Versi Kamu-Gozali). *Prologia*, 3(2), 416.
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6376>
- Mastanora, R., & Batusangkar, I. (2018). *Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini*. 1(2), 47–57.
- Mekarisce, A. A. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat Data Validity Check Techniques in Qualitative Research in Public Health*. 12(33).
- Merrita, D. (2021). *A Semiotic Analysis of Lipstick Advertisements by Using Charles Sanders Peirce 's Theory*. 2(2), 76–100.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Rohidi, T. R., & Mulyarto. (1992). *Analisis data*

- kualitatif: buku sumber tentang metode metode baru / Matthew B. Miles, A. Michael Huberman ; penerjemah, TjeTjep Rohendi ; Pendamping, Mulyarto.* UI-Press, 1992. <http://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=76>
- Moleong, L. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif* (T. Surjaman (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Mustafa Kamal Rokan, D. Y. S. (2022). Analisis Efektivitas Penggunaan QRIS (Quick Response-Code Indonesian Standard) Untuk Mendukung Paperless Di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Padang Bulan. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.51178/jecs.v4i2.664>
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Nawiroh, V., & Sikumbang, R. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi / Nawiroh Vera ; editor, Risman Sikumbang ; pengantar, Deddy Mulyanto* (1st ed.). Ghalia Indonesia.
- Noth, W. (1995). *Handbook Of Semiotics*. 577.
- Nugroho, Y. K., & Hamzah, R. E. (2018). Representasi Sikap Optimisme Dalam Tampilan Iklan Nivea Men. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 105. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i1.16>
- Piliang, Y. (2019). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna* (A. Adlin & Taufiqurrahman (eds.); Kelima). Cantrik Pustaka.
- Pintoko, W. (2022). Representasi Optimisme Dalam Iklan Mcdonald’S Versi “Selalu Ada Cara Untuk Wujudkan Harapan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(02), 137–150.
- Puspita, D. F. R. (2018). Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah Ramadhan Line Versi Adzan Ayah. *ProTVF*, 2(2), 157–171.
- Putri, R. H. (2018, November). Cara Berpakaian Orang Jawa Kuno. *Historia.Id*. <https://historia.id/kuno/articles/cara-berpakaian-orang-jawa-kuno-6k4Jq/page/1>
- Raco, R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (A. L (ed.)). PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Rahayu, I. (2022). BI: QRIS Sudah Digunakan Lebi dari 20 Juta Pengguna. In *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2022/08/12/212500826/bi--qris-sudah-digunakan-lebih-dari-20-juta-pengguna>
- Rahman, A., & Supriyanto. (2022). *Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan qris sebagai metode pembayaran pada masa pandemi*. 1(1), 1–21.
- Ramadhan, G. (2016). *Perlengkapan Perang Pasukan Bhayangkara*. 5–44.
- Resna, N. (2022). *Arti Warna Biru dalam Psikologi dan Pengaruhnya pada Suasana Hati*. SehatQ. <https://www.sehatq.com/artikel/arti-warna-biru>
- Riyanti, O. O. (2019). *Hubungan antara perilaku disiplin dengan kegigihan pada mahasiswa*. 4.
- Safura, S. M., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *KECANTIKAN PEREMPUAN INDONESIA PADA IKLAN PANTENE*.
- Satori, D., & Komariah, A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (ke empat). ALFABETA.
- Simalungun, U. (2021). *ANALISIS PERBANDINGAN KEBERHASILAN UMKM SEBELUM DAN SAAT MENGGUNAKAN QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS) DI KOTA PEMATANGSIANTAR*. 3(2).
- Siregar, E. D., & Wulandari, S. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanderspierce: Relasitrikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpenanak Mercusuar karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 04(1), 29–41. <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Sobur, D. A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Talitha, T. (2022). *Apa Itu Gesture & Macam-Macam Body Gesture*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/best-seller/gesture/>
- Tobing, G. J., Abubakar, L., Handayani, T., & Padjadjaran, H. U. (2021). *Analisis Peraturan Penggunaan QRIS Sebagai Kanal Pembayaran Pada Praktik UMKM Dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital*. 06(03), 491–509. <https://doi.org/10.30700/jst.v8i1.151>
- Tyas, W. C., Studi, P., Bahasa, P., Sastra, D. A. N., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *ASPEK PERJUANGAN TOKOH UTAMA DALAM NOVEL DIA ADALAH KAKAKKU : KAJIAN PSIKOLOGI SASTRA DAN*.
- Wahid, U., Luhur, U. B., Aisyah, S., & Riau, U. (2020). *Analisis Resepsi Khalayak*

Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “ Long Lasting Lipstic Feel The Akreditasi Risetdikti , No Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “ Long Lasting Lipstic Feel The Color .” March.
<https://doi.org/10.31294/jkom>

Y, W. (2018). *Pakaian Masyarakat Jawa Kuno Sebagai Sumber Pembelajaran. Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 2(1), 88–94.
<https://doi.org/10.31851/kalpataru.v2i1.1320>

Yulistara, A. (2018). 10 Iklan Indonesia yang Paling Banyak Ditonton di YouTube. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180509174618-33-14344/10-iklan-indonesia-yang-paling-banyak-ditonton-di-youtube>

Yusuf. (2021). *Peran Iklan Online Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Jambu Menteng. Studi Pada UKM di Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah*. 8479(2). <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v5i2.1856>