

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Alwi H, 2002, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta, Balai Pustaka.
- Amstong dan, Kloter., 2008, *Manegement Pemasaran*, edisi ke 12. Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- AS Haris Sumadiria, 2011, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional, Cet. 4*, Bandung, Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, Burhan., 2008, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*, Jakarta, Kencana.
- Bungin, Burhan , 2011, *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta, Kencana Prenada Media Cet.2.
- Cangara, Hafied., 2003, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Rajagrafindo Persada.
- Danesi, Marcel., 2011, *Pesan, Tanda, dan Makna Teori Teks Dasar Jalasutramengenai Semiotika dan Komunikasi*, Jalasutra, hlm. 5.
- Dewan Periklanan Indonesia, 2007, *Etika Pariwisata Indonesia (Tata karma dan Tata Cara periklanan Indonesia)*, Jakarta.
- Handayani, Trisakti dan Sugiarti, 2008, *Konsep dan Penelitian Gender*. Malang, UMM press.
- Hendriana, Evelyn., 2015, *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Periklanan Nasional 2015-2019*, Jakarta; PT.Republik Solusi.
- Indonesia, Departemen Pendidikan., 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Jefkins, Frank., 1997, *Periklanan*, Jakarta, Erlangga; Cet.2.
- Kuswandi, Wawan., 2008, *Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya Massa*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Keller, dkk, 2009, *Manajemen Pemasaran*, ed. 13, jil. 2, Jakarta; Erlangga, hlm. 205-206.
- Polomo, Margaret M., 2010, *Sosiologi Kontenporer*, Jakarta, Rajawali Press.

Suguhastuti Hariti Sastriyanti, 2007, *Glosarium Sex dan Gender*, Yogyakarta, Varasvatibooks, hlm. 184.

Sobur, Alex., 2006, *Semiotika Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, Cet. IV.

Soekanto, Soerjono., 2002, *Teori Peranan*, Jakarta, Bumi Aksara.

Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, 2015, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal: 211.

.Peter L Berger and Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge* (Terj.) Hasan Bahari (Jakarta: LP3ES, 1990), hlm. 75.

Qamaruddin Shaleh, A.A. Dahlan dan M.D. Dahlan, *Asbabun Nuzul*, Bandung, CV Diponegoro, 2005, hlm. 70.

Kurniawan, 2001, *Semiologi Roland Barthes*, Magelang, Indonesia Tera.

Referensi Skripsi

Azmi, Bela Fataya., 2017, Skripsi; *Konstruksi Realitas Perempuan Muslimah dalam Iklan Produk Kecantikan di Televisi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Farhana, Fika Laika., 2018, Skripsi; *Representasi Da'iah Pada Film Aisyah Biarkan Kami Bersaudra Karya Herwin Novanto (Analisis Konstruksi Realitas)*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Mufida, Mia., 2016, Skripsi “*Simbolisasi dan Pemaknaan Iklan Susu BearBrand edisi 2015 di Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Makassar.

Lande, Janisa Pascawati., 2014, Skripsi; *Konstruksi Realitas Konflik Agama Dalam Film Tanda Tanya*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Referensi E-Jurnal

Y,Auria Farantika., *Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website*, *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol.01 No.01 Tahun 2015.

Chalifah, Kumadji dan Kholid, 2015, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.25 No.1*, *Pengaruh Iklan Terhadap Kesadaran Merek Beserta Dampaknya pada keputusan Pembelian*, Universitas Brawijaya Malang.

Dr. Endah Muwarni. 2010. "Konstruksi Bentuk Tubuh Perempuan Dalam Iklan Televisi, Vol. 2 No. 1," *Jurnal Ilmu Komunikasi*; Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

- Dessita Chairani dan Dessy Kania, 2014, *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3 No. 2; *Konstruksi Realitas Dalam Pemberitaan Pelantikan Presiden Joko Widodo Analisis Framing pada Laporan Utama Majalah TEMPO dan Majalah GATRA*, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie; Jakarta Selatan.
- Ermanovida, S.Sos, 2005, *Memahami Pembagian Gender Antara Peran Laki Laki dan Perempuan dalam Keluarga*, Unisri.
- Wardhani, Haula Citra Kusuma., 2014, *Jurnal Unair, Strategi Pemrograman Lembaga Penyiaran Publik TVRI*, hlm. 3.
- Handayani, Trisakti dan Sugiarti, 2008, *Konsep dan Penelitian Gender*. Malang, UMM press.
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2011, *Semiotika Komunikasi*, Jakarta, Mitra Wacana Media, hlm. 13
- Adrianto, Novan., 2018, *Jurnal Studi Komunika; Pesan Kreatif Iklan Televisi Ramadan 2017: Analisis Isi Iklan “Bahagiannya Adalah Bahagiaku”*, Vol. 2, Hal. 17-31, Institut Bisnis dan Informatika Stikom.
- Hasyim, Muhammad., 2014, *Journal Communication “Konstruksi Realitas Sosial Budaya Dalam Iklan Komersial Televisi”*; Vol. 5 No. 2, Universitas hasanuddin Makassar.
- Muhammad Hasyim, 2014, *Journal Communication “Konstruksi Realitas Sosial Budaya Dalam Iklan Komersial Televisi”*; Vol. 5 No. 2, Universitas hasanuddin Makassar.
- Monica, M., & Luzar, L. C., 2011, *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. Humaniora*, Vol. 2(2), 1084-1096.
- Risky, N., 2013, *Representasi ‘Laki-Laki’ Pada Media Massa (Studi Kasus Pada Majalah Men’s Health), Suatu Kajian Semantik. Suluk Indo*, 2(1), 278-298.
- Reko Aditia, 2016, *Jurnal Online; Konstruksi Makna Kebebasan Wanita pada Iklan Tri (3)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau; Riau.
- Syamsul Bahri, 2016, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan Vol.2 No.2, Nafkah Anak Kepada Orang tua dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kajian Hadits Tamlik)* Universitas Syiah Kuala, Aceh.
- Karman, 2015, *Konstruksi Realitas Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger)*, Vol.5 No.3, Hlm. 18.
- Yulianah Sain, 2018, *Analisis Semiotika pada Artikel “The Connotations of English Colour”*, Universitas Hasanuddin.

Refesnsi Internet

[http://industri.bisnis.com/read/20171103/105/705870/survei-membuktikan-generasi-milenial-lebih-suka-nonton-tv,](http://industri.bisnis.com/read/20171103/105/705870/survei-membuktikan-generasi-milenial-lebih-suka-nonton-tv)

(Diakses 4 November 2018 pukul: 16.46 WIB)

[databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi,](http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi)

(Diakses pada, 4 November 2018, pukul: 18.56 WIB)

[https://www.indotelko.com/kanal?c=id&it=tiga-bulan-belanja-iklan-tv,](https://www.indotelko.com/kanal?c=id&it=tiga-bulan-belanja-iklan-tv)

(Diakses 7 November 2018, pukul 15.54 WIB)

[https://m.teen.co.id/read/12823/ini-10-video-paling-trending-di-youtube-indonesia-selama-2018-ada-nashwa-indonesian-idol-junior-hingga-iklan-ramayana,](https://m.teen.co.id/read/12823/ini-10-video-paling-trending-di-youtube-indonesia-selama-2018-ada-nashwa-indonesian-idol-junior-hingga-iklan-ramayana)

(Diakses 8 Januari 2019)

[https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral,](https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral)

(Diakses 7 Januari 2019)

[http://jatim.tribunnews.com/2018/05/19/fakta-di-balik-iklan-viral-ramayana-terungkap-perjuangan-ibu-ibu-dalam-rice-cooker?page=2,](http://jatim.tribunnews.com/2018/05/19/fakta-di-balik-iklan-viral-ramayana-terungkap-perjuangan-ibu-ibu-dalam-rice-cooker?page=2)

(Diakses 7 Januari 2019)

<https://cdn.indonesia-investments.com/bedrijfsprofiel/428/Ramayana-Lestari-Sentosa-Annual-Report-2015-Company-Profile-Indonesia-Investments.pdf>

[\(Diakses 7 Januari 2019\)](#)

[https://www.youtube.com/watch?v=vD6Crv8b8S0,](https://www.youtube.com/watch?v=vD6Crv8b8S0)

(Diakses pada 3 Januari 2019)

[https://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company-2/company-profile,](https://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company-2/company-profile) (Diakses pada 22 Januari 2019)

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/28/berapa-jumlah-gerai-ramayana,](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/28/berapa-jumlah-gerai-ramayana) (Diakses pada 12 Januari 2019)

<https://republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/17/12/08/p0n9nr291-ramayana-department-store-rambah-ecommerce>,

(Diakses pada 12 Januari 2019)

<https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kc-ramayana-yang-viral>,

(Diakses 13 Januari 2019)

<https://www.idntimes.com/hype/viral/danti/5-iklan-ramadan-2018-ini-sukses-bikin-penonton-baper-1/full>,

(Diakses pada 13 Januari 2019)

<https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral>,

(Diakses pada 12 Januari 2019)

<https://www.kbbi.web.id/> (Diakses pada 16 November 2018)

<https://bisnis.tempo.co/read/1125265/asian-games-13-stasiun-tv-raup-belanja-iklan-rp-498-triliun/full&view=ok>, Diakses pada 7 Januari 2019.

<http://www.tentik.com/ssst-ternyata-10-binatang-ini-sering-dijadikan-brand-sebuah-produk-lho/>,

(Diakses 22 Januari 2019)