

Daftar Pustaka

Buku

- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Zahira media publisher.
- Danesi. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication*. Canadian Scholars' Press.
- Drs.Rudi Susilana, M. &. (2009). *Hakikat,Pengembangan,Pemanfaatan,dan Penilaian*. Bandung: CV Wacana Prima.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Khotimah, K. (2020). *Paduan Desain Grafis*. Jember- Jawa Timur: Cerdas Ulet Kreatif .
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Muslihat. (2011). *Kamus Sunda-Indonesia*. Bandung: Bandung.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- sitepu, V. (2018). *Paduan Mengenal Desain Grafis*. Jakarta pusat: PT. Elex Media.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Roland Barthes. (2017). *Elemen-Elemen Semiologi* terjemahan M Ardiansyah (E. A. Iyubenu (ed.); 1st ed.). Yogyakarta: Basabasi.
- Magnis-Suseno, Franz. (1991). *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia.

Jurnal

- A'yun Nikmatus Shalekhah, M. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Film Parasite Versi Negara Inggris. *Jurnal Barik*.
- Abidin, M. D. (2021). Analisis Visual Konten Instagram @Kopijanjiwiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi (kajian Semiotika). *Jurnal Barik*, 2.
- Abidin, S. (2021). Tipografi dan keselarasan makna dalam desain promosi. *Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(2), 45–56.
- agusalim, Y. (2024). Elemen- elemen dalam desain komunikasi visual . *Anzdoc*.

- Andirwan Andirwan, V. A. (2024). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan . *Jurnal Ilmiah Multidisiplin AMSIR*.
- Anis Alimah. S, R. J. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Kopiria. *eJurnal Ilmu Komunikasi*.
- Arif Ranu Wicaksono, A. H. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Asintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 13.
- Aulia Fegi Lestari, M. A. (2024). Pengaruh Pesan Persuasif dan Video Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnak Media Akademika (JMA)*.
- Bernadheta Yoshy Gaviota, G. P. (2022). Personal Branding Fashion Desainer Melalui . *Jurnal E-Komunikasi*.
- BURSIANO, E. A. (2025). TEKNIK-TEKNIK COPYWRITING YANG EFEKTIF . *Researchgate*.
- CELUCH, K. (2021). Hashtag usage and user engagement on Instagram: The case of #foodfestivals . *Faculty of Economic Sciences and Management*.
- Cenadi, C. S. (2024). Elemen- elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*.
- Darniza Afriani, D. M. (2021). Penggunaan Hashtag Sebagai Varian Promosi Produk Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik*.
- Denia trisanti, M. (2024). Pengaruh Desain Post, Komunikasi Visual dan Iklan Online Terhadap Minat Beli Pada Instagram @Kopikenangan.id.
- Desriani, D. E. (2023). Strategi Bisnis Penjualan Salad Buah Sebagai Produk Kesehatan di Pasar Modern. *Blantika*.
- Dewi, S. (2021). Kepercayaan dan Mitos dalam Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*.
- Diah Syifaul. A, S. R. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto. *Al- Mada*.
- Ernawati. (2021). Analisis Tanda Pada Karya. *DESKOVI : Art and Design Journal* .
- fatkhurrokhman, M. (2023). Mengukuhkan Identitas Bisnis Melalui Personal Branding: Stratrgi . *ResearchGate*.
- Hagijanto, A. D. (2021). White Space Dalam Iklan di Media Cetak. *NIRMANA*.
- Hariri, A. (2020). Jin dalam Tradisi Islam dan Budaya Populer. *Literasi Nusantara*.

- Hery Lilik Sudarmanto, H. S. (2022). Refleksi nilai- nilai kepahlawanan di era milenial. *Jurnal Transparansi Hukum*.
- Holillah, T. (2022). Model Pendampingan Komunikasi Antarpribadi Petugas. *MUKASi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Istanto, F. H. (2024). Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual. *NIRMANA*, 2.
- Jestiana Al Kayrani Rahmadhina, Y. D. (2024). Peran Komunikasi Visual dan Semiotika dalam Meningkatkan Efektifitas Iklan Produk Indomilk. *Karimah Tauhid*, 3.
- Julieta, H. N. (2021). Teori Warna. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta*.
- Kadek Dede Muliawan, A. A. (2022). Analisa Teknik Fotografi dalam Tren Food Photography. *Nawala visual*.
- Kementerian Sosial Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Peringatan Hari Pahlawan*. Diambil kembali dari Kemensos RI.
- Lester, P. M. (2006). *isual Communication: Images with Messages*. Thomson Wadsworth.
- Mars Caroline Wibowo, A. Z. (2024). The Influence of Minimalist Design Elements on Visual Preferences of Generation Z: A Quantitative Study . *International Journal of Graphic Design (IJGD)* .
- Maulana, M. R. (2024). Pertempuran Surabaya 10 November 1945 Titik balik dalam sejarah kemerdekaan Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal*.
- Maya Retnasary, S. D. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1.
- Merda Della Sovira, M. R. (2021). semiotika), Analisis Visual Konten Instagram @Kopijanjijiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi (kajian. *Jurnal barik*, 2.
- Monica. (2021). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout Pada Desain Situs. *Humaniora*.
- Muhammad, A. S. (2020). Pengaruh Brand Image dan harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Maomao Thai Tea di Kota Cirebon. *Skripsi*.
- Muslihat. (2011). *Kamus Sunda-Indonesia*. Bandung: Bandung.
- Mutia, S. (2020). Persepsi Konsumen terhadap Jumlah Cabang dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*.
- Mutia, S. (2020). Persepsi Konsumen terhadap Jumlah Cabang dan Kepercayaan Merek. *Komunikasi dan pemasaran*.

- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *Jurnal Inovasi dan Tren* .
- Nugroho. (2022). Fenomena Validasi Sosial di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*.
- Nurmalita Zahra, A. Z. (2024). Warna dan Emosi Untuk Media Desain Interaktif: Literature Review. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*.
- Nurtiar, H. (2020). *Copywriting Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital*. Jakarta Pusat: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Prasetya. (2022). Patungan dan Tekanan Sosial: Studi Kasus di Perkotaan. *Jurnal Antropologi Indonesia*.
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Pratama. (2012). Pusat pelatihan Fotografi. *E jurnal Universitas Atma Jaya*.
- Pratama. A, S. R. (2024). Strategi Komunikasi Visual dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Putu Anugerah Putra Utama, C. A. (2024). Perancangan Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Silverhand.id Clothing Company.
- Rahayu. (2020). Simetri dalam Arsitektur Klasik: Filosofi dan Estetika. . *Jurnal Arsitektur Nusantara*.
- Rahmawati, Y. (2021). Greenwashing dalam Produk Makanan dan Minuman. *Jurnal Media Konsumen*.
- Ramadhan, A. Z. (2024). Strategi Kolaborasi Branding . *Jurnal Inovasi Kewirausahaan* .
- Ramdhani, M. D. (2024). Ulasan pemasangan pada surat Kabar ditinjau dari gerakan mata dan atensi pembaca surat kabar dengan menggunakan metode ete trecking. *Industrial Engineering Online Journal*.
- Rio Rohmi Qushoyyi, M. R. (2023). Efektivitas Komunikasi Visual Gambar Peringatan Pada Kemasan Rokok Terhadap Kesadaran Kesehatan . *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*,.
- Rizka. F, L. S. (2022). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*.
- Rizki, M. F. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthers Pada Pesan Dakwah dalam Film Web Series Ustad Milenial Episode 3&4. *Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam*.

- Rob Kim Marjerison, J. H. (2022). The Effect of Time-Limited Promotion on E-Consumers' Public. *Sustainability*.
- Roux, C. (2023). On the role of scarcity in marketing: Identifying research opportunities. *The Academy of marketing science*.
- Ruhimat, M. R. (2024). Analisis Komposisi Fotografi Dalam Makanan Sebagai Media Komunikasi Visual. *Karimah Tauhid*.
- Solihatin, N. (2021). Analisis Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasarkan Semiotika Fernand de saussure. *Fakultas Dakwah*.
- Suryani. (2021). Simbolisme Warna dalam Upacara Tradisional Jawa dan Bali. *Jurnal Kebudayaan Indonesia*.
- Susi Indriyani, D. D. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benua Lampung. *Ekobimbis*.
- Sustainability. (2022). The Effect of Time-Limited Promotion on E-Consumers' Public. *RobKimMarjerison, Jiamin Hu 2, Hantao Wang*.
- Tarumingkeng, R. C. (2025). Strategi Pemasaran Co-Branding dalam Meningkatkan Nilai Persepsi Konsumen. *e-Press*.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Desain Komunikasi Visual*. Bangkalan Madura: UTM Press.
- Walisyah, T. (2020). Bentuk-Bentuk Komunikasi Visual Dalam Periklanan. *Jurnal Komunika Islamika*.
- Wulandari. (2022). Persepsi Bonus dalam Hubungan Industrial. *Sosiologi kerja*.
- Wulandari, N. (2021). Makna Simbolis Daun dalam Budaya Nusantara. *Jurnal Studi Budaya*.
- Wulandaria, P. E. (2022). Pengaruh Gratis Ongkir, Flash sale, dan Cashback Atas Pembelian Imflusif Yang Dimediasi Emosi Positif. *JUMMA 45 Fakultas Ekonomi Universitas 45 Surabaya*.
- Yulianto, R. (2022). strategi komunikasi pemasaran akun instagram @aboutcirebon.id Salam menghadapi persaingan online. *Skrisi*.

Skripsi

- Ernawati. (2021). Analisis Tanda Pada Karya. *DESKOVI : Art and Design Journal*.
- Fatkurrohman. (2023). Komunikasi Nonverbal dalam Branding Produk: Studi Postur dan Ekspresi. *Jurnal Komunikasi Visua*.

- Frenika, M. (2024). Analisis elemen Komunikasi Visuak Media Digital Pada Akun Instagram @Pinterpolitik. *Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Frenika, M. (2024). Analisis elemen Komunikasi Visuak Media Digital Pada Akun Instagram @Pinterpolitik. *Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Ghifany, M. A. (2024). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @OtoyCihuy). *Skripsi*.
- Gracia Diva Chandra, L. V. (2021). Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality. *jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- Kurniawan Adi Pratama, E. W. (2024). Analisis Komunikasi Visual Pada Feed dan Instastory Instaram @Grande_Garden cafe Dalam Meningkatkan Band awareness. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*.
- Rohmawati, L. (2024). Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (analisis semiotika Fernand de saursure). *Skripsi*.
- Rohmawati, L. (2024). Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (analisis semiotika Fernand de saursure). *Skripsi*.
- Sihombing, I. F. (2022). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Komsumen Di Sun Supermaket Medan. *Skripsi*.

WEB

- Aprillya, S. R. (2022). Filosofi Logo Halal Baru, Anggapan Jawa Sentris Dibantah. Diambil kembali dari Detik News: <https://news.detik.com/berita/d-5983781/filosofi-logo-halal-baru-anggapan-jawa-sentris-dibantah>
- Astuti, V. P. (2024). Makanan Halal dan Thayyib: Kunci Kesehatan dalam Islam. Diambil kembali dari Pojok Dakwah Fakultas Kedokteran: <https://www.merdeka.com/sehat/mitos-atau-fakta-benarkah-makanan-halal-lebih-sehat-dan-bernutrisi-dibanding-yang-tidak-berlabel-halal-417491-mvk.html?page=7>
- Garuda. (2024, November). Data Pengguna Instagram 2024 Indonesia no. 4 Terbanyak Dunia. Diambil kembali dari Garuda Website: <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-instagram-2024-indonesia/>
- Geti. (2024). Logo Halal, Jaminan Produk Aman yang Krusial. Diambil kembali dari Geti.id: <https://geti.id/logo-halal-adalah-jaminan-produk-aman-dan-berkah-2/>
- Hootsuite, W. A. (2023). Digital 2023: Indonesia Report. Diambil kembali dari <https://www.datareportal.com/>

- HR, H. (2021). Prinsip dan Unsur Desain Grapis. Diambil kembali dari Yesternight Studios: <https://ynstudios-internship.blogspot.com>
- KBBI VI Daring. (2025, April). Diambil kembali dari kbbi.kemdikbud.go.id: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Koran Sindo. (2025). *Membongkar Ideologi Kepahlawanan*. Diambil kembali dari Sindo News: <https://nasional.sindonews.com/berita/1061548/18/membongkar-ideologi-kepahlawanan>
- lawrence, a. (2022). *Filosofi Lingkaran pada Logo yang Memiliki Makna Mendalam!* Diambil kembali dari makinrajin.com: <https://makinrajin.com/blog/filosofi-lingkaran/>
- Putri, R. (2024). *Qlausa*. Diambil kembali dari Memaksimalkan Penggunaan Konten Visual dalam Pemasaran: <https://www.qlausa.com/journal/memaksimalkan-penggunaan-konten-visual-dalam-pemasaran/>
- Reegina, V. (2024). *Apa Itu White Space dalam Desain dan Mengapa Penting?* Diambil kembali dari rizvisual.com: <https://rizvisual.com/apa-itu-white-space-dalam-desain-dan-mengapa-penting/>
- Rizky, I. (2022). *Ini 15 Arti Warna di Logo Perusahaan dan Branding Bisnis*. Diambil kembali dari Bisnis Style: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20221107/219/1595406/ini-15-arti-warna-di-logo-perusahaan-dan-branding-bisnis>
- R., D. L. (2020). *Uang Kertas Pecahan Rp2.000 Tahun Emisi 2009 Resmi Diluncurkan*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_111909.aspx
- Rachel. (2020). *Kisah 1001 Malam*. Diambil kembali dari Kisah Nelayan dan Jin: <https://kisah1001malam.wordpress.com>
- sari, W. (2023). *SEJARAH SOSOK PAHLAWAN NASIONAL PADA MATA UANG RUPIAH*. Diambil kembali dari <https://knowledgejee.blogspot.com>: <https://knowledgejee.blogspot.com>
- Sjaerodji, Y. S. (2024). *Indikator, Semiotika Simbol dan Ikon dalam Perancangan Media Propaganda Visual*. Diambil kembali dari binus.ac.id: <https://binus.ac.id/bandung/dkv/2024/09/10/indikator-semiotika-simbol-dan-ikon-dalam-perancangan-media-propaganda-visual/>
- Sugi. (2025, Desember). *Cerita Rakyat Asal usul Bunga Teratai*. Diambil kembali dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/>
- lawrence, a. (2022). *Filosofi Lingkaran pada Logo yang Memiliki Makna Mendalam!* Diambil kembali dari makinrajin.com: <https://makinrajin.com/blog/filosofi-lingkaran/>