

DAFTAR PUSTAKA

Andini, Mia. “Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.sos),” n.d.

Ardia, Velda, and Jamiati Kn. “ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN GOJEK VERSI ‘CERDIKIAWAN,’” no. 2 (2020).

Darmaprawira W.A., S. (2002). *WARNA : teori dan kreatifitas penggunaanya ed.ke-2*. Bandung: ITB.

Fadillah, Nur, and Shania Nasla Sounvada. “Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita ‘Kita Tak Sendiri’ Episode 4.” *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya* 2, no. 03 (August 18, 2020): 201–14. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i03.855>.

Ihza, Nurul, and Dafa Raudhatul Jannah. “Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Susu SGM Eksplor Versi ‘Tunjuk Tangan.’” *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya* 3, no. 1 (January 1, 2021): 45–52. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i1.875>.

Joseph V. Mascelli, A. (2010). *THE FIVE C'S OF CINEMATIOGRAPHY*. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi IKJ.

Safitri, Regita Nur, and Muhammad Ruslan Ramli. “Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Burger King Versi ‘Pesanlah dari McDonald’s’” 3, no. 2 (2021).

Pratiwi, Rahmi Dyah. “DI BALIK CITRA IKLAN SHAMPOO PANTENE (Makna Bias Gender pada Iklan Pantene versi Labels Against Women di Televisi).,” n.d.

Purbasari, M., & I.K.Jakti, R. D. (2014). *Warna Dingin Si Pemberi Nyaman. HUMANIORA: Language, People, Art, and Communication Studies Vol.5 No1 ISSN:2087-1236 , 357-366*.

Tinarbuko, Sumbo. “SEMIOTIKA ANALISIS TANDA PADA KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL” 5, no. 1 (n.d.).

Wahyuningsih, Sri. “KEARIFAN BUDAYA LOKAL MADURA SEBAGAI MEDIA PERSUASIF (Analisis Semiotika Komunikasi Roland Barthes dalam Iklan Samsung Galaxy Versi Gading dan Giselle di Pulau Madura).” *SOSIO DIDAKTIKA: Social Science Education Journal* 1, no. 2 (December 28, 2014): 171–80. <https://doi.org/10.15408/sd.v1i2.1259>.

Wibisono, Panji. “ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM BINTANG KETJIL KARYA WIM UMBOH DAN MISBACH YUSA BIRA” 1, no. 1 (2021).

Wibowo, I. S. (2006). *SEMIOTIKA Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Prof.DR. Moestopo (Beragama).

Wirahadikusumah, Adi Sambas. “TINJAUAN VISUAL IKLAN MASTIN EKSTRAK KULIT MANGGIS,” n.d.

SUMBER ONLINE

"Arti Warna dan Filosofinya dalam Desain Kemasan"
<http://disdag.kalselprov.go.id/niagaborneo/arti-warna> diakses tanggal 11 Januari 2019

B.S. Wijaya, “Teori-toeri Semiotika, Sebuah Pengantar,”
<https://komunikasiana.wordpress.com/2008/02/19/teori-teorisemiotika-sebuah-pengantar/> diakses tanggal 1 Juli 2022.

Brian, Lischer. Brand “Color Psychology: The Power of Color in Branding”
<https://www.ignitebrands.com/the-psychology-of-color-in-branding/>
Citra (2012) : *Memahami Seseorang Lewat Body Language*. Diakses Pada 18 Mei2015. www.slideshare.net

Cameron,Chapman, "Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color"
<https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/> diakses tanggal 21 May 2021

“Color psychology: The logo color tricks used by top companies—and how to design your own” <https://www.canva.com/logos/color-psychology-the-logo-color-tricks-used-by-top-companies/>

Gregory, Ciotti “Color Psychology in Marketing and Branding is All About Context” <https://www.helpscout.com/blog/psychology-of-color/> diakses tanggal 12 Agustus 2020

Hadi, Abdul, "Fakta Menarik Pantene Miracles Hair Supplement Yang Di Bintang Keanu (adv)" <https://www.antvklik.com/rehat/faktamenarik-Pantene-miracles-hair-supplement-yang-dibintangi-keanu> diakses tanggal 18 Juni 2022.

Imam,Budianto "10 Psikologi Warna untuk Meningkatkan Penjualan" <https://winstarlink.com/psikologi-warna-untuk-meningkatkan-penjualan/> diakses tanggal 30 september 2021

Lahitani, Sulung. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3812956/ladiesini-lho-arti-warna-baju-yang-dipakai-cowok-saat-kencan#> diakses tanggal 21 Juni 2022.

Medlej, J. 2014. *Dasar-Dasar Anatomi Manusia: Menguasai Ekspresi Wajah*.

"Miracle hair Supplement," Pantene Indonesia. https://youtu.be/JrOAe3GV_js diakses pada 20 Juni 2022.

Muhammad Isnan, "Profil dan Biodata Keanu Agl, Pria Rambut Panjang jadi Model Iklan Sampo Merek Ternama," MalangTerkini.com. <https://malangterkini.pikiran-rakyat.com/seleb/pr-1253436708/profil-dan-biodata-keanu-agl-pria-rambut-panjang-jadi-model-iklan-sampomerek-ternama?page=3>. Diakses 15 Juni 2022.

"Mulai Dari Akar Untuk Rambut Terindah", <https://www.Pantene.co.id/idid/tentang-kami/sejarah-Pantene>.

Nicole,Martins,Ferreira,"COLOR PSYCHOLOGY: HOW COLOR MEANINGS AFFECT YOUR BRAND" <https://www.oberlo.com/blog/color-psychology-color-meanings>. Diakses tanggal 31 may 2019

"Procter & Gamble," https://p2k.unkris.ac.id/id3/1-3073-2962/ProcterGamble_38928_p2k-unkris.html diakses tanggal 14 Juni 2022.

"Profil Keanu Agl Selegram Yang Terkenal Karena Komedi Nyinyir," <https://www.matamata.com/seleb/2021/06/15/110051/profil-keanuagl-selebgram-yang-terkenal-karena-komedi-nyinyir> diakses tanggal 17 Juni 2022

"Procter & Gamble," https://p2k.unkris.ac.id/id3/1-3073-2962/ProcterGamble_38928_p2k-unkris.html diakses tanggal 14 Juni 2022.

"Profil Keanu Agl Selegram Yang Terkenal Karena Komedi Nyinyir," <https://www.matamata.com/seleb/2021/06/15/110051/profil-keanuagl->

selebgram-yang-terkenal-karena-komedi-nyinyir diakses tanggal 17 Juni 2022.

Ramdhani, Gilar. "Pantene Hadirkan Miracles hair Supplement Agar rambut ke - Charged," <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4854005/Pantenehadirkan-miracles-hair-supplement-agar-rambut-kuat-ke-charged> diakses tanggal 17 Juni 2022

"Sejarah Pantene," <https://www.Pantene.co.id/id-id/masalah-rambutsolusinya/sejarah-Pantene> diakses tanggal 12 juni 2022.

"Sejarah Pantene," <https://www.Pantene.co.id/id-id/masalah-rambutsolusinya/sejarah-Pantene> diakses tanggal 12 juni 2022.

THABRONI, G. (2018). *Semiotika – Komunikasi tanpa Kata, Pengertian Simbol dan Tanda-tanda*. Dipetik 03 07, 2022, dari Teori Seni : <https://serupa.id/semiotika-pengertian-simbol-dan-tanda-tanda/>