

DAFTAR PUSTAKA

- Arsita, A. 2018. Simulakra baudrillard dalam multidimensi posmodernisme: kajian fotografi makanan dalam media sosial instagram. *Jurnal Rekam* 13 (2): 85-98.
- BPS. 2021. Statistik kopi indonesia 2020. Jakarta. Badan Pusat Statistik.
- Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Palangka Raya. 2020. Daftar Cafe dan *Coffee Shop* di Kota Palangka Raya. <https://disparbudpora.palangkaraya.go.id/cafe-dan-resto/>. Diakses pada 12 Oktober 2022.
- Giwanda, G. 2005. Panduan Praktis Belajar Fotografi. Jakarta. Puspa Swara.
- Ibnu. 2022. Apa Itu Self-Service Dan Apa Saja Kelebihannya. <https://accurate.id/aplikasi-kasir/self-service/>. Diakses pada 16 September 2022.
- Irwandi. 2022. Fotografi dan Semiotika Roland Barthes. <https://www.kompas.id/baca/foto/2022/01/07/fotografi-dan-semiotika-roland-barthes..> Diakses pada 12 Oktober 2022.
- Istiqomah, D. dan M. P. Sari. 2021. Fotografi komersial dalam foto potrait *fashion vogue*. *Jurnal Desain* 9 (1): 36-46.
- Karyadi, B. 2017. Fotografi (Belajar Fotografi). Bogor. Nahl Media.
- Kusumastuti, A. dan A. M. Khoiron. 2019. Metode Penelitian Kualitatif. Semarang. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Tampubolon, Y. R. M. 2016. Strategi promosi *coffee shop* melalui media sosial Instagram (studi deskriptif pada akun @crematology). *e-Proceeding of Management* 3(2), 2421-2432.
- Nasrullah, R. 2015. Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahani, F. 2014. Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Surakarta. Univet Bantara Press.
- Nurdani, H. N. 2019. 5 Buah Perlambang Cinta Ini Bisa Ekspresikan Perasaanmu pada Pasangan. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/hanifah-yoshioka/5-buah-perlambang-cinta-ini-bisa-ekspresikan-perasaanmu-pada-pasangan-c1c2?page=all>. Diakses pada 30 September 2022.
- Prasetya, A. B. 2019. Analisis Semiotika Film dan Komunikasi. Malang. Intrans Publishing.
- Rohmaniah, Al F. 2021. Kajian semiotika Roland Barthes. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2 (2). 124-134.
- Rosen, M. J. dan D. DeVries. 1993. Introduction to Photography. California. Wadsworth Pub. Co.
- Sobur, A. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Bandung. Alfabeta.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Semiotika Foto Instagram Toko Kopi Santai di Kota Palangka Raya
RADYA SAIFA SYAHMA, Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.; Ir. Harsoyo, M.Ext.Ed.
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

- Wahab, M. F. dan I. J. Triwardhani. 2021. Instagram sebagai media promosi *coffee shop*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1 (2): 126-129.
- Wibowo, A. 2019. Potensi dan tantangan kopi di era milenial. *Warta* 31 (2), 16-23.
- Wibowo, I. S. 2006. *Semiotika: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Wisma Tiga Dara.
- Wibowo, I. S. 2013. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi Edisi 2*. Bogor. Mitra Wacana Media.
- Ferry, H. S. Y. 2015. *Teknologi Budi Daya Tanaman Kopi: Aplikasi pada Perkebunan Rakyat*. Jakarta. IAARD Press.