

DAFTAR PUSTAKA

- Asrofah, 2014, Semiotik Roland Barthes Dalam Analisis Iklan di Media Massa. Jurnal Sasindo. Semarang.
- Baker, Anton dan Achmad Charris Zubair, 1992, Metodologi Penelitian Filsafat. Yogyakarta. Kanisius.
- Barthes, Roland, 1957, *Mythologies*. The Noondays. New York.
- Barthes, Roland, 1968, *Element of Semiology. Eleventh Printing*. United States of America.
- Barthes, Roland, 1985, *Petualangan Semiotologi*. Herwinarko, S.A 2007. Basabasi. Yogyakarta.
- Barthes, Roland, 1968, Elemen – elemen Semiotologi. Ardiansyah, M. 2017. Basabasi. Yogyakarta.
- Coble Paul dan Jansz Litz, 1997, *Introducing Semiotics. McPherson's Printing Group*. Australia.
- Dafa, Muhammad Putra, 2021, Efektivitas penggunaan Instagram Stories Pada Akun @male.id Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Minat Beli di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- Elisa, Nur dan Rumzil Laili, 2021, *Dampak Softselling Dalam Digital Marketing Pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Platform Grup Facebook Jago Jualan)*. Universitas International Semen Indonesia.
- Firmansyah, Anang, 2020, *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media. Pasuruan. Jawa Timur.
- Fitriah, Maria, 2018, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta. Deepublish.
- Joseph, Jhon E, 2017, Ferdinand de Saussure. <https://oxfordre.com/linguistics/view/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-385>.
- Kaelan, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta. Paradigma.
- Kemp, Simon, 2021, *Digital 2021 Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2022.
- Kenton, Will, 2019, *What is soft sell*. <https://www.investopedia.com/terms/s/soft-sell.asp>.
- Kotle, philip dan Kevin Lane Keller, 2016, Pearson.
- Kotler, philip dan Gary Armstrong, 2006, *Principles Of Marketing Twelfth edition*. Erlangga.
- Kusniadji, Suherman, 2016, *Strategi Komunukasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang)*.
- Laswell, Harold, 1948, *Structure and Function of Communication in Society*.
- Maghfiroh, Nur, 2018, *Komunikasi Interpersonal*. Sidoarjo. Umsida press.
- Mubarak, Husni, 2007, *Mitologisasi Bahasa Agama: Analisis Kritis dari Semiotologi Roland Barthes*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Muhammad, Mufid, 2009, *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Mujianti, Fitri, 2018, *Perencanaan Strategi Integrasi Komunikasi Pemasaran Pada Komunitas Pelajar Tanpa Pacaran Surabaya*. UIN Surabaya.
- Mulyana, Deddy, 2020, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Nabila, Dhifa dkk, 2020, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang. Cita Intrans Selaras.
- Ribiere, Mireille, 2010, Barthes's Early Years. https://www.academia.edu/10128766/Barthess_Early_Years.
- Rizaty, Monavia Ayu, 2021, *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa? 10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Juta) (Hingga Juli 2021)*. <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2022.
- Rizo, Marta, 2010, *Lecciones del portal La comunicación desde una perspectiva filosófica. Lectura introductoria*. Akademi komunikasi dan Budaya Kota Mexico.
- Sobur, Alex, 2004, *Semiotika Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sunardi, ST, 2004, *Semiotika Negativa*. Kanak Yogyakarta. Yogyakarta.
- Thomas, Donna, 2015, *Hard sell vs Soft sell*.
- Vikaliana, Resista, 2021, *Pendampingan UKM Masa Pandemi "Institut Stiami Berbagi untuk Ukm"*. Bandung. Media Sains Indonesia.