

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baiquni, Ahmad. (1994). *Al-Qur'an Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Baudrillard, Jean P. (1970). *La Societe de Consommation (Masyarakat Konsumsi)* diterjemakan Wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana Offset.
- Bergen, Petter L. (1991). *Langit Suci, Agama Sebagai Realitas Sosial*. Jakarta: LP. 3ES.
- Berger, P. and Luckman, T. (2010). *The Social Construction of Reality*. USA: Penguin.
- Birowo, M.Antonius. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.
- Bungin, Burhan. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cassirer, Ernst. (1999). *Manusia dan Kebudayaan: Sebuah Esai Tentang Manusia*. Terjemahan Alois A. Nugroho. Jakarta: Anggota IKAPI.
- Christomy, T & Untung Yuwono. (2004). *Semiotika Budaya*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Cragg, Kenneth. (1973). *Azan Panggilan Dari Menara Masjid*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Danesi, Marcel. (2011). *Pesan, Tanda, Makna, Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Darmaprawira. (2002). *Sulasmi, Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB.

- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Einstein, Mara. (2008). *Brands of Faith: Marketing Religion In A Commercial Age*. London: Routledge
- Eisman, Leatrice. (2006). *Colortime Concept and More Alive With Color are Trademark. Virginia: Capital Book*.
- Evans, D. S. (2004). *Das Kapital untuk Pemula*. Yogyakarta: Resist Book.
- Fiske, John. (2007). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hadi, Y Sumandiyo. (2006). *Seni dalam Ritual Agama*. Yogyakarta: Buku Pustaka.
- Hall, Stuart (Ed.). (2011). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Ibrahim, Subandy Idi. (2005). *Media Dan Citra Muslim: Dari Spiritualitas Untuk Berperang Menuju Spiritualitas Untuk Berdialog*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jary D. & Jary. (1991). *JCollins Dictionary of Sociology*. Great Britain: Harper Collin.
- Jary, D. & Julia Jary. (1991). *Symbol*. Great Britain: Collins Dictionary of Sociology.
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Grafiti, Jakarta
- Koentjaraningrat. (2002). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (2006) *Manajemen Pemasaran Edisi ke-10 diterjemahkan oleh Hendra Teguh Rony*. Jakarta: Perbalindo.
- Liliweri, Alo. (2007). *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Logeahousen, Muhammad. (2002). *Satu Agama Atau Banyak Agama*. Jakarta: Lentera.
- Lynn, H. Turner & Richard West. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Buku 2) (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Majdid, M. Dien & Johan Wahyudi. (2014). *Ilmu Sejarah: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedy. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Naratama, Rukmananda. (2006). *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta: Grasindo.
- Nasional, Departemen Pendidikan. (2002). *Penggunaan*. Jakarta: KBBI.
- Nasional, Departemen Pendidikan. (2010). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Noviani, Ratna. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- O'dea, Thomas. (1966). *Sosiologi Agama (Suatu Pengantar Awal)*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Oktrina, Alifia. (2015). *Analisis Semiotik Gaya Hidup Laki-Laki dan Perempuan Dalam Iklan*. Lampung, Universitas Lampung.

- Piliang, Yasraf Amir. (2010). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Bandung : Matahari.
- Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna (edisi ke-4)*. Bandung: Matahari.
- Purba, Amir. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Ries, Laura. (2015). *Visual Hammer: Nail Your Brand Into The Mind With The Emotional Power Of A Visual*. New York: Ries & Ries.
- Savan, David. (1988). *An Introduction to C.S. Peirce's Full System of Semeiotic*. Toronto: University of Toronto.
- Sheffield, Tricia. (2007). *The Religious Dimension of Advertising*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soekamto, Soerjono. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Spinks. (1991). *Peirce and Triadomania: A Walk in the Semiotic Wilderness*. New York: Walter de Gruyter & Co.
- Sugiarto, Andi. (2016). *Color Vision, Panduan Bagi Fotografer dalam Memahami dan Menggunakan Warna*. Jakarta: Kompas.
- Suhandang, Kustadi. (2005). *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunardi. (2008). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Swastha, Basu. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.

- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyudin. (2001). *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Grasindo.
- Wallace, Anthony F.C. (1966). *Religion: An Anthropological View*. New York: Random House.
- Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyatama, Rendra. (2009). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- William, Raymond. (1993). *Advertising: the Magic System* dalam Simon During (ed.) *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Winangun, Y.W Wartaya. (1990). *Masyarakat Bebas Struktur*. Yogyakarta: Kanisius.
- Zainuddin, Muhammad. (2007). *Tuntunan Manasik Ibadah Haji, Umrah dan Ziarah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jurnal dan Publikasi

- Ahmadi, Dadi & Nova Yohana. (2007). *Konstruksi Jilbab Sebagai Simbol Keislaman*. *Jurnal Mediator*, Vol 8 (2), 235-248.
- Angelina, Monica Stella. (2015). *Analisis Semiotik Fashion Ines Ariani Sebagai Bentuk Presentasi Diri*. *Jurnal Komunikasi* Vol 7(2), 165-179.

- Azhari, M. Zemi. (2014). *Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Dalam Iklan Sampoerna Versi "Orang Pemimpi" Di Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 2 (3), 150-164.
- Bakar, Abou. (2015). *The Use of Religious Symbols on Packaging to Influence Product Preference and Rating*. Jurnal The Islamia University of Bahawalpur, 1-8.
- Caterina. (2016). *Iconicity in Peirce's Semiotics*. Springer International Publishing No.8 26-56
- Chappel, Ben. (1999). *Folklore Semiotic: Charles Peirce and the Experience of Signs*. Folklore Forum No. 30, 72-93.
- Dana, I Wayan. (1990). *Drama Tari Topeng Sidhakarya: Sebuah Kajian Sosiohistoris*. (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Dharmawati, Novi. (2014). *Analisis Pelanggaran Merek Dagang dalam Kasus Persamaan Bentuk Kemasan Produk oleh PT. Sinda Budi Sentosa (Cap Badak) terhadap wew Ken Drug Co (PTE) LTD. (Cap Kaki Tiga)*. Jurnal Privat Law Vol II (5), 14-20.
- Diniyah. (2016). *Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi dan Perlokusi dalam Acara Talkshow Religi Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh di ANTV*. Skripsi Universitas Airlangga.
- Diwa, Adhitya Dwi. (2014). *Analisis Semiotika Iklan Televisi Produk Alat Pertanian Traktor "Quick"* (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Dotson, Michael J. & Eva M. Hyatt. (2000). *Religious Symbols as Peripheral Cues in Advertising: A Replication of the Elaboration Likelihood Model*. Journal of Business Research No. 48, 63–68.

- Greenwald, Anthony G. & Clark Leavitt. (1984). *Audience Involvement In Advertising: Four Levels*. The Journal Of Consumer Research Vol 11, 581-592.
- Habib. (2014). *Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dedeh*. Skripsi Universitas Airlangga.
- Hajati, Khusnul. (1990). *Peristiwa Cimareme Tahun 1919: Perlawanan H. Hasan Terhadap Peraturan Pembelian Padi*. (Tesis Universitas Gadjah Mada).
TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Hidayat, Arif. (2010). *Bahasa Tubuh: Tanda dalam Sistem Komunikasi*. Jurnal Komunikasi Vol 4 (2), 1-6.
- Ingtubun, Adrian. (2016). *Kreativitas Progran Non Drama Indosiar (Kajian Tentang Unsur Drama Dan Unsur Jurnalistik Pada Progam D'Academy)*. Jurnal Wacana Vol. XV(3), 181-279.
- Marzali, Amri. (2016). *Agama dan Kebudayaan*. *Indonesian Journal of Anthropology*, Vol 1(1). (57-75).
- Naseri, Abbas & Ezhar Tamam. (2012). *Impact Of Islamic Religious Symbol In Producing Favorable Attitude Toward Advertisement*. The Public Administration and Social Policies Review Journal No. 1(8), 61-77.
- Putri, Arnesya Tiara. (2014). *Representasi Akulturasi Budaya Dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata "Wonderful Indonesia" Episode "East Java")*. (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Putri, Maniyar. (2017). *Simbol Atau Tanda Dibalik Video Musik Boyband Korea Bigbang Berjudul Bae-Bae*. (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.

- Rahayu, Lina Meilinawati. *Jilbab: Budaya Pop dan Identitas Muslim di Indonesia*. Jurnal Kebudayaan Islam Vol. 14(1), 139-155.
- Sandra, Yuliana. (2017). *Isu Agama Bagi Politisi Myanmar: Upaya Politisi Myanmar dalam Menggunakan Isu Agama Terhadap konflik Burma Buddha dan Rakhine Muslim (Rohingya)*. (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Sari, Anita Fitria. (2013). *Perspektif Kritis pada Praktik Political Public Relations Melalui Symbolic Politics (Studi Kasus Baju Kotak-kotak dan "Blusukan" Jokowi Pra dan Pasca Pilgub DKI Jakarta Tahun 2012)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1-20.
- Solihati, Siti. (2015). *Representasi Simbol Keagamaan dalam Sinetron Religi (Analisis Tayangan Sinetron "Bukan Islam KTP" di SCTV)* (Disertasi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Solikhati, Siti & Hedi Putra & Heru Nugroho. (2015). *Banalitas Simbol Keagamaan dalam Sinetron Religi: Analisis Tayangan Sinetron "Bukan Islam KTP" di SCTV*. Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 35 (1), 96-117.
- Suharpudayanto. (2016). *Implikasi Persetujuan Trips Terhadap Regulasi Hukum Dan Sengketa Merek Di Indonesia (Studi Kasus Pembatalan Merek Cap Kaki Tiga)*. Thesis Univeristas Gadjah Mada. TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Sukendro, Gatot. (2016). *Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung Dan Jilbab) Dalam Busana Muslimah*. Jurnal Socioteknologi Vol 15 (2), 241-253.
- Sullivan, M.V & E. Anderson. (2013). *The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firm*. Marketing Science Journal, Vol. 12 (2), 125-143.

- Sumadiwangsa, Suriyadi. (2012). *Analisis Strategi PT Kinocare Era Kosmetindo*. Thesis Universitas Gadjah Mada. TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Sumardjito. (1995). *Rumah Juragan Di Kotagede: Suatu Kajian Terhadap Tanda-tanda Visual Untuk Melihat Keragaman*. (Tesis Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Supriyadi. (1999). *Bahasa, Simbol dan Religi*. Jurnal Humaniora, 10 (1), 48-55.
- Suryanto. (2011). *Iklan dan Komodifikasi Agama* (Tesis Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Syah, Hakim. (2011). *Komodifikasi Khalayak dalam Industri Media*. Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, Vol 8 (2). 27-42.
- Tokam, Samuel. (2014). *Pemaknaan Simbol Keagamaan Dalam Pemeliharaan Kerukunan Antar Masyarakat Toraja Kristen Dan Toraja Islam Di Kabupaten Tana Toraja*. (Skripsi Universitas Gadjah Mada). TIDAK DIPUBLIKASIKAN.
- Uyun, Zafirah Quroatun. (2015). *Komodifikasi Tokoh Agama Dalam tayangan Iklan Televisi: Studi Kasus Ustadz Maulana Dalam Iklan Operator Seluler Telkomsel Versi Haji*. Jurnal Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan. Vol 18 (2), 177-194.
- Wahab, M. Husein. (2011). *Simbol-Simbol Agama*. Jurnal Substantia, Vol 12 (1), 78-84.
- Wardani. (2011). *Fungsi, Makna dan Simbol*. Jurnal Seminar Jelajah Nusantara, Vol 19 (1), 1-10.
- Yakin, Halina Sandera Mohd. & Andreas Totu. (2014). *The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study*. Social and Behavioral Sciences (155), 4 – 8.

Sumber Internet

- Aco, Hasanudin. (2018). *Aksi Unjuk Rasa Ricuh, Gerindra Bela FPI dan Salahkan Ahok*. Diakses dari <http://www.tribunnews.com/metropolitan/2014/10/03/aksi-unjuk-rasa-ricuh-gerindra-bela-fpi-dan-salahkan-ahok>.
- Admajaja, Verawati. (2016). *Pengaruh Rebranding dan Integrated Marketing Communication terhadap Brand Equity Larutan Penyegar Cap Badak Produksi PT Sinda Budi Sentosa*. Diakses dari http://docplayer.info/44215475-Bab-i-pendahuluan-a-latar-belakang-masalah-menjual-berbagai-jenis-produk-tidak-terkecuali-bagi-industri-obat-tradisional.html#download_tab_content.
- Anggoro, Ajie Bayu. (2013). *Pengaruh Perubahan Merek (Rebranding) Produk Larutan Penyegar Cap Kaki Tiga Menjadi Cap Badak Terhadap Loyalitas Pelanggan*. (Skripsi Universitas Lampung). Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/7814/>.
- Anis, Alis. (2013). *Islam Ala Iklan Komodifikasi Identitas Keislaman dalam Iklan di Televisi Indonesia*. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diakses dari [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=360819&val=7520&title=Islam Ala Iklan Komodifikasi Identitas Keislaman dalam Iklan Di Televisi Indonesia](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=360819&val=7520&title=Islam%20Ala%20Iklan%20Komodifikasi%20Identitas%20Keislaman%20dalam%20Iklan%20Di%20Televisi%20Indonesia).
- Anonim. (2014). *Pertumbuhan E-Commerce Meningkat 17% di Indonesia*. Diakses dari <http://news.analisadaily.com/read/pertumbuhan-e-commerce-meningkat-17-persen-di-indonesia/402798/2017/08/24>.
- Anonim. (2015). *Keistimewaan Nabi saw. dalam al-Quran [2]: Nabi Muhammad Diistimewakan dengan Kiblat yang Beliau Sukai*. Diakses dari <https://kajiantafsirsyah.wordpress.com/2015/11/30/keistimewaan-nabi-saw-dalam-al-quran-2-nabi-muhammad-diistimewakan-dengan-kiblat-yang-beliau-sukai>.

- Anonim. (2016). *Profil Dedeh Rosidah*. Diakses dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/120-mamah-dedeh>.
- Anonim. (2016). *Profil Irfan Hakim*. Diakses dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/430-irfan-hakim>.
- Anonim. (2016). *Selamat Tinggal Cap Kaki Tiga*. Diakses dari <https://ekonomi.inilah.com/read/detail/2409148/selamat-tinggal-cap-kaki-tiga>.
- Antoro, Masaji. (2012). *Makna Diangkatnya Jari Telunjuk Ketika Tasyahud*. Diakses dari <http://www.piss-ktb.com/2012/02/774-makna-diangkatnya-jari-telunjuk.html>.
- Asli, Cap Kaki Tiga. (2011). *Cap Kaki Tiga Asli*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=tiaYkHL2xQk>.
- Asli, Cap Kaki Tiga. (2012). *Cap Kaki Tiga feat Mamah Dedeh*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=eFMj4oVnQ6c>.
- Asli, Cap Kaki Tiga. (2017). *Unggahan*. Diakses dari <https://www.facebook.com/KakiTigaAsli/>
- Asli, Larutan Cap Kaki Tiga. (2017). *Cap Kaki Tiga*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=Y7ZWKr8z9DI>.
- Asril, Sabrina. (2014). *Jokowi Tetapkan Harga Premium dan Solar Rp. 7500*. Diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/11/17/21225431/Jokowi.Tetapkan.Harga.Premium.Rp.8.500.dan.Solar.Rp.7.500>.
- Atriana, Rina. (2017). *Ahok Divonis 2 Tahun Penjara*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/3496185/ahok-divonis-2-tahun-penjara>.

- Award, Top Brand. (2017). *Top Brand Award Fase 2*. Diakses dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2
- Award, Top Brand. (2017). *Top Brand Award Fase 2*. Diakses dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2.
- Aziz, Fahrizal. (2015). *D'Academy dan Selera Penonton Indonesia*. Diakses dari https://www.kompasiana.com/fahrizhal/d-academy-dan-selera-penonton-indonesia_54f3494e745513802b6c6f79.
- Aziza, Kurnia Sari. (2017). *Semester I 2017 Belanja Iklan E-Commerce Naik, Rokok Turun*. Diakses dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/14/085859726/semester-i-2017-belanja-iklan-e-commerce-naik-rokok-turun>.
- Azmi, Nurul. (2017). *Hasil Rekapitulasi Suara Pilkada DKI Putaran Pertama*. Diakses dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/30/06030941/ini.hasil.rekapitulasi.suara.putaran.pertama.pilkada.dki.jakarta>.
- BAL. (2014). *Pemilu Presiden Digelar 9 Juli, Ini Tahapannya*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/2551581/pemilu-presiden-digelar-9-juli-ini-tahapannya>.
- Belarnimus, Robertus. (2017). *Djarot Bilang Mereka Dihambat Isu SARA di Putaran Pertama Pilkada DKI*. Diakses dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/02/20243561/djarot.bilang.mereka.dihambat.isu.sara.di.putaran.pertama.pilkada.dki>.
- BeliBuku.com. (2018). *Tafsir Nurul Quran 20 Jilid*. Diakses dari <https://belibuku.net/tafsir-nurul-quran-20-jilid/>.

- Dariyanto, Erwin. (2017). *Jakarta Memilih*. Diakses dari <https://www.detik.com/pilkadadki>.
- Daryl. (2017). *Trend 2015-2017: Industri Gadget ICT & Pengguna Internet*. Diakses dari <https://komite.id/2017/01/03/trend-2015-2017-industri-gadget-ict-pengguna-internet/>.
- Dewi, Murti Candra. (2013). *Representasi Pakaian Muslimah Dalam Iklan (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)*. (Skripsi Universitas Sunan Kalijaga). Diakses dari <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1171>.
- Dictionary. (2017). *Usage*. Diakses dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/usage>.
- Fradet, Nicholas. (2012). *Mengungkap Gestures Tubuh Bahasa Tangan*. Diakses dari <http://www.nicolasfradet.com/id/tangan-body-language/>.
- Gabrilin, Abba. (2017). *KPK Tetapkan Setya Novanto sebagai Tersangka Kasus E-KTP*. Diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/07/17/19034751/kpk-tetapkan-setya-novanto-tersangka-kasus-e-ktp>.
- Glosarium. (2018). *Commercial Break*. Diakses dari <https://glosarium.org/kata/index.php/term/Multimedia-dan-Broadcasting,1020-commercial-break-adalah.xhtml>.
- Glosarium. (2018). *Prime Time*. Diakses dari <https://glosarium.org/kata/index.php/term/Multimedia-dan-Broadcasting,1020-prime-time-adalah.xhtml>.
- Hindarto, Yugo. (2017). *Diakses dari Gunung Kelud Erupsi, Hujan Abu Turun di Lima Desa*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180102000152-20-265972/gunung-agung-erupsi-hujan-abu-turun-di-lima-desa>.

- HRS. (2013). *Perseteruan Produsen Larutan Penyegar Berlanjut*. Diakses dari <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt512598663e72d/perseteruan-produsen-larutan-penyegar-berlanjut>.
- Iklanesia. (2007). *Cap Kaki Tiga Si Memed*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=1Sus0l3rAU>.
- Ilmuone.com. (2017). *Top Performing Online Consumer Goods Retails in Indonesia 2017*. Diakses dari <https://ilmuonedata.com/>
- Indonesia, Bank. (2014). *Outreach Perbankan Syariah*. Diakses dari <http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Documents/BIOutlookPerbankanSyariah2014.pdf>.
- Indosiar. (2018). *D'Academy*. Diakses dari <http://www.indosiar.com/searchshows?showname=D%E2%80%99Academy>.
- Jayanthi, Sarinah. (2013). *Analisis Makna Pesan Generasi Penerus Pada Iklan Susu Nutrilon Royal Versi "Life Starts Here"*. Lampung, Universitas Lampung. Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/260/2/Abstrak.pdf>.
- Junaidi. (2012). *Eksplorasi Simbol Agama Televisi*. Diakses melalui http://www.riapos.co/1125-opini-eksploitasi-simbol-agama-televisi.html#.WkX_utKWbcc pada 29 Desember 2017.
- Kamal, Mustafa. (2012). *Makna Dibalik Baju Kotak-kotak*. Diakses dari https://www.kompasiana.com/alchemist/rahasia-dibalik-baju-kotak-kotak_5518d9c6a333113b12b65918.
- KBBI. (2018). *Konsisten*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsisten>.

- Keuangan, Otoritas Jasa. (2017). Statistik Perbankan Syariah. Diakses dari <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>.*
- Kino. (2017). Company. Diakses dari www.kino.co.id/id/company.*
- Lingasari, Yohanni. (2014). Dugaan Kejanggalan Kasus JIS Menurut KontraS. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20151201155736-12-95250/tiga-dugaan-kejanggalan-kasus-jis-menurut-kontras>.*
- Liputan6. (2011). Larutan Penyegar Cap Badak. Diakses dari <http://news.liputan6.com/read/345440/larutan-penyegar-cap-badak>.*
- Mahadi, Tendi. (2016). Sinda Budi Tambah Kapasitas Produksi & Produk Baru. Diakses dari <http://industri.kontan.co.id/news/sinda-budi-tambah-kapasitas-produksi-produk-baru>.*
- Mayaningrum, Hana Qodzari & Agus Triyono. (2016). Komodifikasi Hijab Dalam Iklan Kosmetik Sophie Paris Versi “Natural & Halal” Di Televisi. (Skripsi Universitas Ahmad Dahlan.) Diakses dari <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/6227>.*
- McKinsey & Company. (2017). Unlocking Indonesia’s Digital Opportunity. Diakses dari <https://www.mckinsey.com/global-themes/asia-pacific/unlocking-indonesias-digital-opportunity>.*
- Mulyadi, Irfan. (2011). Melakukan Segmentasi dengan Demografi. Diakses dari <https://marketing.co.id/demografi-segmen-menengah-atas/>.*
- Muthia, Riva. (2016). Analisis Makna Cantik Dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik Pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi “See The Real Me” Di Televisi) (Skripsi Universitas Lampung). Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/24148/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>*

Nailufar, Nibras Nada. (2017). *Ini Hasil Rekapitulasi Suara Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua*. Diakses dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/30/06030941/ini.hasil.rekapitulasi.suara.putaran.kedua.pilkada.dki.jakarta>.

Nathania, Yoshi. (2017). *Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Meningkat Tajam, Siapa di Posisi Teratas?*. Diakses dari <https://business.idntimes.com/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full>.

Nusa, Okto Delfisianus Tungga. (2011). *Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Air Minum Dalam Kemasan Aqua Versi "Sumber Air Su Dekat" di Media Televisi* (Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran". Diakses dari <https://www.scribd.com/doc/95531542/Analisis-Semiotika-Makna-Pesan-Iklan-Air-Minum-Full>

Perbankan. (2014). *Statistika Perbankan Syariah*. Diakses dari <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/SPS%20Desember%202014.pdf>.

Pieters, Rik & Michel Wedel & Rajeev Batra. (2010). *The Stopping Power of Advertising: Measures and effects of Visual Complexity (Journal of Marketing Vol 74)*. American Marketing Association ISSN: 0022-2429 (print), 1547-7185 (electronic). Diakses dari <https://www.scribd.com/document/83069501/The-Stopping-Power-of-Advertising>.

Prabowo, Dani. (2014). *Disahkan KPU, Ini Perolehan Suara Legislatif 2014*. Diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/05/09/2357075/Disahkan.KPU.Ini.Perolehan.Suara.Pemilu.Legislatif.2014>.

- Pratama, Adhi. (2017). *Detik-detik Meledak dan Terbakarnya Pabrik Mercon di Tangerang*. Diakses dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/10/27/06035311/detik-detik-meledak-dan-terbakarnya-pabrik-mercon-di-tangerang>.
- Priyasmoro, Muhammad Raditya. (2017). *Sidang Ahok*. Diakses dari <http://www.liputan6.com/tag/sidang-ahok>.
- Purba, R.S. (2011). Penggunaan Selebriti Endorser pada Brand Skripsi universitas Sumatera Utara). Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/28954/Chapter%20II.pdf;jsessionid=393F46FE178E30D53C33BAD311386BDB?sequence=4>.
- Purnamasari, Niken. (2017). *Pernikahan Kahiyang-Bobby Disorot Dunia*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-3719040/pernikahan-kahiyang-bobby-jadi-sorotan-dunia>.
- Rahman, Arip. (2015). *Manajemen Komunikasi Indosiar*. Diakses Melalui https://www.academia.edu/31561891/Makalah_mankom?auto=download
- Reza R. Azizah. (2013). *Representasi Komodifikasi Tubuh dan Kecantikan dalam Tiga Novel Teen-lit Indonesia: The Glam Girls Series* (Tesis Magister Kajian Sastra dan Budaya Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga). Diakses dari <http://repository.unair.ac.id/38631/>.
- Riana, Gusti Vita. (2014). *Komodifikasi Nilai Agama dalam Iklan Televisi* (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). Diakses dari http://digilib.uin-suka.ac.id/15395/1/10120060_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf.

- Rizal. (2016). *Merek Cap Kaki Tiga Resmi Dicoret Pemerintah, Ini Kesalahan Fatal Mereka!*. Diakses dari <https://news.idntimes.com/indonesia/rizal/merk-cap-kaki-tiga-resmi-dicoret-pemerintah-ini-kesalahan-fatal-mereka/full>.
- Romeltea. (2016). *Pengertian Bahasa Tubuh dan Contohnya dalam Komunikasi*. Diakses dari <http://romeltea.com/pengertian-bahasa-tubuh-dan-contohnya-dalam-komunikasi/>.
- Rozie, Fahrur (2017). *Korupsi E-KTP*. Diakses dari <http://www.liputan6.com/tag/korupsi-e-ktp>.
- Sari, Deliana Praditha. (2016). *Pemegang Lisensi Cap Kaki Tiga Pastikan Produknya Tetap Beredar*. Diakses dari <http://kabar24.bisnis.com/read/20160915/16/584249/pemegang-lisensi-cap-kaki-tiga-pastikan-produknya-tetap-beredar>.
- Sari, Meitia Rosalina Yunita. (2016). *Jilbab Sbagai Gaya Hidup Modern* (Tesis Magister Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). Diakses dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/22656/>.
- Sartika, Elita. (2014). *Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul "Kita Versus Korupsi"* eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 2 (2), 63-77 Diakses dari [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2014/05/JURNAL_ELITH_2014_2009%20\(05-19-14-06-40-17\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2014/05/JURNAL_ELITH_2014_2009%20(05-19-14-06-40-17).pdf).
- Social, We Are. (2016). *Digital In Souteast Asia*. Diakses dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2016>
- Social, We Are. (2016). *Digital In Souteast Asia*. Diakses dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2017>

- Supriyatna, Iwan. (2016). *Digugat Warga Negara Inggris, Produk Cap Kaki Tiga Terancam Ditarik dari Pasaran*. Diakses dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/09/13/110458026/digugat.warga.negara.inggris.produk.cap.kaki.tiga.terancam.ditarik.dari.pasaran>.
- Surya. (2017). *Erupsi Kelud dan Sinabung: Beda Bencana, Beda Dampaknya*. Diakses dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2014/02/19/erupsi-kelud-dan-sinabung-beda-bencana-beda-dampaknya>.
- Syahni, Meidella. (2014). *Kronologi Jatuhnya Pesawat Malaysia Airline #MH17 di Ukraina*. Diakses dari <http://internasional.kompas.com/read/2014/07/18/11141031/Kronologi.Jatuhnya.Pesawat.Malaysia.Airlines.MH17.di.Ukraina>
- Taufiq. (2009). *Cap Kaki Tiga Asli*. Diakses dari https://www.youtube.com/watch?v=fMB9_0gp6AQ.
- Tiga, Cap Kaki. (2013). *Cap Kaki Tiga Mamah Dedeh*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=VtOO0ccBguQ>.
- Tiga, Cap Kaki. (2014). *Testimoni Mamah Dedeh*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=Zjly7b-7vZA>.
- Tiga, Cap Kaki. (2014). *Testimoni Mamah Dedeh*. Diakses dari: <https://www.youtube.com/watch?v=Zjly7b-7vZA>.
- Tiga, Cap Kaki. (2015). *Cap Kaki Tiga Rasa Baru*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=jNdPPE83dII>.
- Tiga, Cap Kaki. (2016). *1 Botol 1 Kebaikan*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=NtEpc5MMI2o>.
- Tiga, Cap Kaki. (2017). *Award Cap Kaki Tiga*. Diakses dari <https://www.capkakitiga.com/awards>.

- Tiga, Cap Kaki. (2017). *Jangan Salah Pilih*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=Y7ZWKr8z9DI>.
- Tiga, Cap Kaki. (2017). *Jangan Salah Pilih*. Diakses dari: <https://www.youtube.com/watch?v=Y7ZWKr8z9DI>.
- Tiga, Cap Kaki. (2017). *Produk Cap Kaki Tiga*. Diakses dari <https://www.capkakitiga.com/products>.
- Tiga, Cap Kaki. (2017). *Sejarah Cap Kaki Tiga*. Diakses dari <https://www.capkakitiga.com/profile>.
- Virantika, Djanti. (2016). *EYD Kini Berubah nama Menjadi PUEBI*. Diakses dari <https://news.okezone.com/read/2016/08/15/65/1464142/eyd-kini-berubah-nama-menjadi-puebi>.
- Wahidah, Faiqatun. (2015). *Komodifikasi Nilai Agama dalam Iklan Wardah (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Wardah)* (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo). Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/4778/1/101211051.pdf>.
- Waluyo, Andylala. (2014). *Presiden Jokowi Lantik Ahok Jadi Gubernur DKI Jakarta*. Diakses dari <https://www.voaindonesia.com/a/presidenokowiantik-ahok-jadi-gubernur-dki-jakarta/2526024.html>.
- Yovanda, Yanuar Riezqi. (2016). *Pengguna Smartphone di Indonesia Terbesar Ke-5 di Dunia*. Diakses dari <https://autotekno.sindonews.com/read/1163646/122/pengguna-smartphone-di-indonesia-terbesar-ke-5-di-dunia-1481947939>.