



KEPUSTAKAAN

- Alasututari, Pertti.1995. *Research culture, Quallitative Method And Cultural Studies*, London: Sage Publications Ltd.
- Aitchison, Jim. 2001. *Cutting Edge Commercials*. Singapura: Prentice Hall.
- Arifin, MT. 2006.*Keris Jawa, Bilah, Latar, Sejarah hingga Pasar*, Jakarta: Hajied Pustaka.
- Asa Berger, Arthur. 2005.*Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Asemah, Ezekiel S., Edegoh, Leo O.N., Ogwo, Comfort O. 2013. *Utilisation of Aesthetics in Television Advertsising, Asean Journal of Social Sciences and Humanities*, (internet) Vol. 2 No.2 May 2013, ISSN. 1286-8492, diakses10 Juli 2017
- Ayuningtyas, Melvi.2011. *Ngedit Video dengan menggunakan Adobe Premiere CS3, Step by step Menjadi Editing Profesional*, Bekasi: Dunia Komputer.
- Bank BNI 46. 2019. *Profil Perusahaan*, (Internet) <<https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>>, diakses 3 Januari 2019.
- Barthes, R.1986.*Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
- Brotoseno, Iman.2009. *TVC Mandiri Sekuritas*. (internet) <<https://www.youtube.com/watch?v=SN4SXdokSf8>> diakses 5 Oktober 2015.
- Brotoseno, Iman.2019. *Film director & underwater photographer*. (internet), <<http://www.imanbrotoseno.com/>>, diakses 3 Januari 2019.
- BW, Agung. 2006.*Refleksi Budaya Perusahaan Periklanan dalam Gagasan Kreatif Pesan Iklan bagi Produk Global pada Media Televisi di Indonesia* (Studi kasus pada Lowe Indonesia). Disertasi: Institut Teknologi Bandung.



- Combe, I., Crowther, D., dan Greenland, S.2003. " *The Semiology Of Changing Brand Image*" oleh, pada *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*: Volume Five, Issue 1.
- Dermawan T., Agus, Susanto, M. 2013. *Maestro Seni Rupa Modern Indonesia, diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. Jakarta:Harapan Prima Printing.
- Doyodipuro, Ki Hudoyo. 2007. *KERIS "Daya Magic, Manfaat, Tuah, Misteri"*, Penerbit: Dahara Prize.
- E. Pearson, Roberta., Philip S. 2001. *Critical Dictionary Of Film And Television Theory* , London: Routledge.
- Guntur, 2007, *Kerisologi, Seni, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi*, Surakarta: ISI Pres.
- Guritno, Haryono Haryo. 2006. (*Javanese Keris between Mystics and Reason Keris Jawa antara Mistik dan Nalar*), Jakarta: penerbit: PT. Indonesia Kebanggaanku.
- Hakley, Chris. 2005. *Advertising and Promotion, Communicating Brands*. London: Sage Publications.
- Haryono, Timbul. 2008. *Seni Pertunjukkan dan Seni Rupa dalam perspektif Arkeologi Seni*, Surakarta:ISI Press.
- Hatch, M., Schultz, M. 2003. *Bringing the corporation into corporate branding. European Journal of Marketing*. 37. 1041-1064. 10.1108/03090560310477654.
- Hill, Charles A. dan Helmers, M. 2004.*Defining Visual Rhetorics*, London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers 10 Industrial Avenue Mahwah, New Jersey 07430.
- Hoed, Benny H. 2008. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Kasali, Rhenald. 2013. *Camera Branding, Cameragenic VS Auragenic*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lakoff, George dan Johnson, M. 2003. *Metaphor We Live by*. Chicago: The University of Chicago.



- Laporan tahunan Mandiri Securitas. 2017. *Pionir Inovasi dalam Mendukung Akselerasi Pembangunan*, <https://www.mandirisekuritas.co.id/financial_report/20180411_armansek20171>, di akses 6 Januari 2019
- Mandiri Securitas.2015. *Filosofi Investasi Mandiri Sekuritas* (internet) <<https://www.youtube.com/watch?v=1d4OLynmIlo>>, diakses 5 Oktober 2015.
- Mandiri Secruitas. 2017. *Laporan tahunan 2017 Mandiri Securitas.Makna Logo*. <https://www.mandirisekuritas.co.id/financial_report/20180411_armansek20171>, di akses 6 Januari 2019.
- Mandiri Securitas.2019. *Profil Mandiri Securitas*, (internet) <<https://www.mandirisekuritas.co.id/>>, diakses 3 Januari 2019.
- Mandiri Securitas.2019. *Service, Mandiri Securitas*, (internet) <<https://www.mandirisekuritas.co.id/>>, diakses 3 Januari 2019.
- Mandiri Securitas. *Transformasi Bank Mandiri*, <<http://www.bankmandiri.co.id/>>, (internet), diakses 21 Juni 2014.
- Marinis, Marco de. 1993. *The Semiotic of Performance*. USA: Indiana University Press.
- Martikasari, Arum. 2008. *Makna Tanda Iklan dalam Membentuk Brand Image, Analisis Semiotik Iklan LUX Versi 'Kecantikanmu adalah Kekuatanmu' di Televisi*, (internet) <http://studentresearch.umm.ac.id/index.php/dept_of_communication_science/article/view/5891>, diakses 10 Juli 2017.
- Medoff, Norman J., Tanguary, T. 1998. *Portable Video ENG and EFP, Third Edition*. British: Butterworth-Heineman.
- Meierer, Markus.2011. *International Corporate Brand Management, Evaluating Standardized Corporate Branding Across Countries*, Jerman: Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Neka, Wayan S., Pande, Yuwono, Basuki T.2010. *Keris Bersejarah*, Penerbit: Yayasan Dharma Seni Museum Neka, Ubud Bali.



- Piliang, Yasraf A. 2004. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks, MEDIATOR*, Vol. 5 No.2, ISSN 1411-5883
- Piliang, Yasraf A. 2012. *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jogjakarta: Jalasutra.
- Rajiyem, Widodo, A. *Konstruksi Budaya dalam Iklan: Analisis semiotik terhadap konstruksi budaya dalam Iklan Viva Mangir Beauty Lotion*. Yogyakarta: Jurnal ilmiah *Humaniora*, volume 16, no. 2, Juni 2014.
- Sari, Elisa Valenta. 2015. *Perusahaan Sekuritas Asing Dominasi Pasar Modal Indonesia*. (internet), <<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20150129130901-78-28271>> diakses 6 Januari 2019
- Soedarsono, R.M. 1999. *Metodologi Seni Pertunjukkan dan Seni Rupa*, Bandung: MSPI
- Sukma Wijaya, Bambang. 2013. *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication* (Dimensi Citra Merek: Suatu Tinjauan Konseptual dari Perspektif Komunikasi Merek) <<http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/9465>> Vol 5, No 31 (2013), diakses 10 Juli 2017.
- Supriaswoto. 2016. *Tradisi Pembuatan Keris Di Desa Ngentha-Ngentha Yogyakarta*. (disertasi). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Sutopo, HB. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar teori dan terapannya dalam penelitian*. Penerbit: Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta.
- Sulistiyono dan Yumeida, Yovita. 2014. *Mitologi Hantu dalam Iklan di Indonesia (Kajian Metafora terhadap Iklan-Iklan Televisi Bergenre Horror di Indonesia)*, (internet) <http://e-journal.uajy.ac.id/5770/>, diakses 10 Juli 2017.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Szczepanik, Magdalena. 2010. *Multimodal Discourse Analysis of Print Advertisements: Neologisms and Metaphors in Advertising*, Thesis, (internet) <<https://is.muni.cz/th>>



/282175/ff_m/M.A.Thesis_plus_App.pdf,> diakses 26 April
2016

Thomson, Katherin-Jones.2008. *Aesthetics and Film*, Inggris:
Continuum International Publishing Group.

Twodeesmusic.2009. Mandiri Securitas, Music:Twodees. (internet)
< <https://www.youtube.com/watch?v=IZkkf0XMrQ>>, diakses
5 Oktober 201.

Williamson, Judith. 1983. *Decoding Advertismen, Ideologi and
Meaning in Advertising*. New Yok: Marion Boyars.