

REFERENCES

- Asmani, MJ. (2015). *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. DIVA Press
- Astuti, S., & Yuniati, T. (2018). *Analisis Efektivitas Pesan dalam Komunikasi Organisasi*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 145-160.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Doembana, I., Rahmat., A & Farhan, M. (2017). *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fourqorih, F., & A, MF. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Lakeisha.
- Ismawati D., Abdul., & Farhan. (2017). RI. (n.d.). *Management and marketing communication strategy: textbook* | OPAC National Library.id\DetailOpac.aspx?id=1067759. <https://opac.perpusnas.go>.
- Jonsson, A., & Foss, NJ. (2011). International Expansion through Flexibel Replication: Learning from the Internationalization Experience of IKEA. *Journal of International Business Studies*, 1079-1102.
- Kotler., Keller, P., & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing Global Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler., Keller, P., & Lane, K. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kotler., Keller, P., & Lane, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lovesy, C. J. (2023). "Hockey is for Everyone": A Semiotik Analysis of NHL Instagram Posts to Define Success for EDI-Focused Sports Marketing. *ERA*. <https://doi.org/10.7939/r3-2gzs-yg47>
- Miles, MB., & Huberman, AM. (2014). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Nalisaputri, J. (2023). *Analysis of Semiotic and Gender Equality Message in the ABC Soy Sauce Advetisement #Suami Istri Masak Edition*. <https://jurnal.stkipahsingaraja.ac.id/index.php/jpmi/article/view/502>.
- Pateda, M. (2001). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

- Romdhoni, A. (2016). *Semiotik Metodologi Penelitian*. Depok: Literatur Nusantara.
- Said, M., & Saleh, MY. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Suiraoaka, IP. (2022). *Monograf: Model Promosi Kesehatan untuk Meningkatkan Resiliensi Remaja terhadap paparan iklan makanan yang tidak sehat*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera.
- Surveyandini, M. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*. Makasar: Nas Media Pustaka.
- Vincent & Kolade I.E (2019). *Persuasive Communication: Semiotic Analysis of "Share-a-coke" Advertising Campaign*. World Journal of Innovative Research (WJIR).
- Vidiyawati, AVS. (2023). *Semiotics Analysis on "Samsung x BTS: Galaxy for the Planet" Advertisement*. Journal2.uad.ac.id. <https://doi.org/10.12928/commicast.v4i1.6312>
- Wardana, WL. (2023). *Pemasaran Digital Ekonomi Kreatif Usaha Ibu Rumah Tangga*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Weri, L. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wicaksana, GP., Zaidan, A., Rarnaningtyas, L., & et.al. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori*. Malang: Inara Publisher.
- Widyatama, R. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.