

Daftar Pustaka

- Afif, A. (2019). *Kreativitas dan Keberanian* (M. A. Fakhri (ed.); Buku Terjemah). IRCiSoD.
- Ardianto, & dkk. (2009). *Komunikasi Massa* (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Assidik, G. K. (2018). Universitas Muhammadiyah Surakarta. *KAJIAN IDENTIFIKASI DAN UPAYA PENANGKALAN PEMBERITAAN PALSU (HOAX) PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA*.
[http://repositori.kemdikbud.go.id/10238/1/KAJIAN IDENTIFIKASI DAN UPAYA PENANGKALAN.pdf](http://repositori.kemdikbud.go.id/10238/1/KAJIAN%20IDENTIFIKASI%20DAN%20UPAYA%20PENANGKALAN.pdf)
- Berger, A. A. (2010). *Pengantar Semiotika: Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Tiara Wacana.
- Bertens, K. (2006). *Psikoanalisis Sigmund Freud*. Gramedia Pustaka Utama.
- Boateng, H., & Okoe, A. F. (2015). *Consumers' attitude towards social media advertising and their behavioural response The moderating role of corporate reputation*. 4, 299–312.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Open University Press.
[https://books.google.co.id/books?id=sb1v9XbNJa8C&printsec=frontcover&dq=Digital+Cultures:+Understanding+New+Media&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiOu62g55bpAhXCTX0KHdSSBZAQuwUIMDAA#v=onepage&q=Digital Cultures%3A Understanding New Media&f=false](https://books.google.co.id/books?id=sb1v9XbNJa8C&printsec=frontcover&dq=Digital+Cultures:+Understanding+New+Media&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiOu62g55bpAhXCTX0KHdSSBZAQuwUIMDAA#v=onepage&q=Digital%20Cultures%20Understanding%20New%20Media&f=false)
- Culler, J. (2002). *Barthes, Seri Pengantar Singkat (terjemahan Ruslani)*. Jendela.
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda dan Makna*. Jalasutra.
- Faqih, W. A. (2019). *STRATEGI PENGEMBANGAN SDM DALAM PERSAINGAN BISNIS INDUSTRI KREATIF DI ERA DIGITAL*. 13, 116–126.
- Fiske, J. (2012). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Raja Grafindo Persada.
- Gojek. (2019). *Tentang Cerdikiawan*. Gojek. <https://www.gojek.com/cerdikiawan/>
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabet.
- Ilhamsyah. (2012). *Transformasi Media Periklanan dalam Sosial Media (Analisis Iklan pada Fan Page Facebook WRP)*. 1(1).
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). *Making Indonesia. Making Indonesia*, 1–8. <https://doi.org/10.7591/9781501719370>
- Kemp, S. (2019). *Global Digital Statshot*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Indonesiatara.
- Latuconsina, H. (2014). *Pendidikan Kreatif: Menuju Generasi Kreatif & Kemajuan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=4KBLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pendidikan+Kreatif:+Menuju+Generasi+Kreatif+%26+Kemajuan+Ekonomi&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwio7mU7pbpAhXYZCsKHdYKC1MQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Pendidikan+Kreatif%3A+Menuju+Generasi+Kreatif+%26>
- Leksono, A. B., & Septian, M. D. (2019). *Bisnis Desain Ekonomi Kreatif: Perspektif Internasional dan Nusantara*. Tim UB Press. https://books.google.co.id/books?id=mBTedwAAQBAJ&pg=PA35&dq=hubungan+kreativitas+dan+perekonomian&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjt142V9YrqAhUJILcAHYHtD_0Q6wEIKzAA#v=onepage&q=hubungan+kreativitas+dan+perekonomian&f=false
- Lievrouw, L. A. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Polity Press. <https://books.google.co.id/books?id=I6XHKtSzaMcC&printsec=frontcover&dq=Alternative+and+Activist+New+Media&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjh7qKs6pbpAhX-xTgGHSayBbUQuwUIMjAA#v=onepage&q=Alternative+and+Activist+New+Media&f=false>
- Melano, F. L., & Yusanto, F. (n.d.). *REPRESENTASI TOLERANSI KEBERAGAMAN UMAT BERAGAMA DALAM FILM GOOGLE NGULIK RAMADHAN – SATU DALAM KITA (Analisis Semiotika John Fiske) REPRESENTATION TOLERANCE DIVERSITY OF RELIGIOUS PEOPLE IN GOOGLE NGULIK RAMADHAN FILM - - SATU DALAM KITA (Semiotics An. 1–8.*
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2010). *PERIKLANAN: KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=PERIKLANAN:+KOMUNIKASI+PEMASARAN+TERPADU&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwj93b-P7JbpAhXYTX0KHTPpAfAQ6AEIKDAA#v=onepage&q=PERIKLANAN%3A+KOMUNIKASI+PEMASARAN+TERPADU&f=false>
- Mulyana, D. (2007). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Naufal Hanifa, S., & Yusanto, F. (2015). *REPRESENTASI KASIH SAYANG DALAM*

IKLAN TOKOPEDIA (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE IKLAN JADIKAN RAMADHAN KESEMPATAN TERBAIK). 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Piliang, Y. A. (2018). *Medan Kreativitas Memahami Dunia Gagasan*. Cantrik Pustaka.
- Siandana, I. K. (2019). *KREATIVITAS DAN SENI RANCANG BANGUN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 I* Ketut Siandana, ST., IAI. 2016, 21–26.
- Smith, J. A. (2015). *Dasar-Dasar Psikologi Kualitatif*. Nusamedia.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunil. (2015). Trends and practices of consumers buying online and offline: An analysis of factors influencing consumer's buying. *International Journal of Commerce and Management*, 25(4), 442–455. <https://doi.org/10.1108/IJCoMA-02-2013-0012>
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi (cet. ke-6)*. Erlangga.
- Susilawati, D., & Rezkiasari, I. (2019). Nestle Gunakan Bahan Daur Ulang untuk Kemasan Produknya. *REPUBLIKA.Co.Id*.
<https://republika.co.id/berita/pu3z27328/nestle-gunakan-bahan-daur-ulang-untuk-kemasan-produknya>
- Triningtyas, D. A. (2016). Studi Kasus Tentang Rasa Percaya Diri, Faktor Penyebabnya Dan Upaya Memperbaiki Dengan Menggunakan Konseling Individual. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1).
<https://doi.org/10.25273/counsellia.v3i1.239>
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Ghalila Indonesia.
- Vera, N. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Yusanto, F., & Nugroho, C. (2008). *REPRESENTASI KONSEP LAYANAN “ GARUDA INDONESIA EXPERIENCE ” PADA DESAIN LIVERY “ SAYAP ALAM ” REPRESENTATION OF “ GARUDA INDONESIA EXPERIENCE ” SERVICE CONCEPT IN “ NATURE ’ S WING ” LIVERY DESIGN*.