

DAFTAR PUSTAKA

- Candra Dewi, M. (2013). *REPRESENTASI PAKAIAN MUSLIMAH DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)* (Vol. 06, Issue 2).
- Chen, K.-H., & Morley, D. (1996). *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies (Comedia)*. <http://www.amazon.co.uk/Stuart-Hall-Critical-Dialogues-Cultural/dp/0415088038>
- Dull, E., & Reinhardt, S. P. (2014). An analytic approach for discovery. In *CEUR Workshop Proceedings* (Vol. 1304, pp. 89–92).
- Eco, U. (2009). *TEORI SEMIOTIKA* (I. R. Muzir (Ed.); 2nd ed.). Kreasi Wacana.
- Gibbs, P. (n.d.). *SpringerBriefs in Education Key Thinkers in Education Series editor*. <http://www.springer.com/series/10197>
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya* (3rd ed.). Komunitas Bambu.
- Korte, E. (n.d.). *Semiotik und Wissenschaftstheorie bei Charles Sanders Peirce*.
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st ed.). PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Mediyanti, E. (2015). Analisis Penggunaan Teori *Rhetorik in der Werbung* dalam Iklan Adidas di Jerman. Jakarta: Tidak dipublikasikan.
- Piliang, yasraf amir. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna* (2nd ed.). Jalasutra.
- Seto, I., Wibowo, W., Praktis, A., Penelitian, B., & Komunikasi, S. (n.d.). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI*. <http://www.mitrawacanamedia.com>
- Sharma, A. K. (n.d.). *Limited Editions As A Marketing Strategy*. <https://blogs.siliconindia.com/aaditya/Limited-Editions-as-a-Marketing-Strategy-bid-fxDNRpC90335633.html>
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi* (5th ed.). PT Remaja Rosdakarya Offset Bandung.