

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, W. F., Weigold, M. F., & Arens, C. (2021). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications*. America: Mc Graw Hill.
- Azzahra, N. (2024). *Strategi Marketing Public Relations Kompas.com Dalam Mempertahankan Brand Positioning di Tengah Persaingan Media*. eprints unpak.
- Barthes, R. (1964). *Elements of Semiology*. Retrieved from Marxists Internet Archive: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/barthes.htm>
- Barus, E., Aisyah, Siregar, E. F., & Risnawaty. (2025). An Analysis of Roland Barthes' Semiotic Theory: Focusing on Denotation, Connotation, and Myth. *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)*.
- Danesi, M. (2012). *Pesan, Tanda, Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jalastura.
- Duden. (n.d.). *Werbung*. Retrieved from Duden Online: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Werbung>
- Fitriana, E. N. (2022). *Toleransi dan Kebersamaan dalam Iklan Edeka Edisi Natal 2020*. Universitas Indonesia Library.
- Güls, A. (2011, December). *Presents, cosiness, faith: what Germans Germans associate with Christmas*. Retrieved from Stiftung für Zukunftsfragen: <https://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/en/research-news-234-32-jg-09-12-2011/>
- Güls, A. (2024). *Wie verbringen die Deutschen die Festtage? Zwischen Familie und Einsamkeit*. Stiftung für Zukunftsfragen.
- Heller, T. (2023). „Zeit, sich zu versöhnen.“ Die populären Weihnachtswerbespots des Lebensmitteleinzelhandels als Herausforderung und Chance für den Ethik- und den Religionsunterricht. *Theo-Web. Zeitschrift für Religionspädagogik*.
- Kaakinen, J. R., Coehlo, D. P., Rose, S., Tabacco, A., & Hanson, S. M. (2015). *Family Health Care Nursing*. Philadelphia: F. A. Davis Company.

- Krug, C. (2025, 12 02). Deutschland.de. Retrieved from <https://www.deutschland.de/en/topic/life/how-germany-celebrates-christmas?>
- Monaco, J. (2009). *How To Read a Film: Movies, Media, and Beyond*. New York: Oxford University Press.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nofia, V. S., & Bustam, M. R. (2022). Analisi Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *Journal Unikom*.
- Nurfitriani, N., Wahyuni, I., & Mubarak, A. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan K-Natural White Brightening Body Wash Versi Agatha Chelsea. *Ilmu Budaya*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 3.
- Salam, W. A., & Ridwan, A. (2021). Makna Denotatif dan Konotatif pada Iklan BMW Berbahasa Jerman. *ejournal UNESA*.
- Schröder, S. (2015). *Wittgensteins Gebrauch, Sprachspiel, Regeln*.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syahputra, R. A., Cahya, F. D., & Adrian, A. (2023). *Representasi Makna Budaya Kekeluargaan pada Salah Satu Iklan IKEA Edisi "Nikmatnya Kebersamaan"*. Universitas Indraprasta PGRI.
- Tanjung, M. R. (2017). Analisis Makna Bhineka Tunggal Ika dalam Iklan Edisi "Bu Linda" pada Youtube Chanel Bukalapak. *Jurnal Proporsi*.
- Verband, D. F. (n.d.). Feuerwehrverband.de. Retrieved from *Engagieren*: <https://www.feuerwehrverband.de/engagieren/>

Vtrana, D., & Krizanova, A. (2023). The Power of Emotional Advertising Appeals: Examining Their Influence on Consumer Purchasing Behavior and Brand Customer Relationship. MDPI.

Wicaksono, A. R., & Fitriyani, A. H. (2021). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Asintya: Jurnal Penelitian Seni Budaya*.

Wirtschaftslexikon, G. (n.d.). *Werbung*. Retrieved from Gabler Wirtschaftslexikon: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/werbung-48161>

