

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, O. K. (2022). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Terhadap Budaya Yang Terdapat Dalam Iklan Sirup Marjan Versi “Singa Barong Dan Kelana (Reogman).” *Skripsi*.
- Ahdiat Adi. (2024). *Terdampak Boikot, Penjualan Unilever Indonesia Turun pada 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/12/terdampak-boikot-penjualan-unilever-indonesia-turun-pada-2023>
- Analisis, H., Charles, S., & Pierce, S. (2019). Representasi Budaya Jawa Dalam Video Klip Tersimpan Di Hati (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Putri Yuliaswir 1) , Assyari Abdullah 2). *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 1(5), 336–346.
- Anggraini, Y., Prasetyaningsih, S., & Antoni, C. (2019). Analisis dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan Metode Semiotika Peirce. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 64–82. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i01.444>
- Aprilia. (2024). *Dampak Boikot terhadap Grosir Minuman Aqua di Permata Hijau, Jakarta Selatan* Konten ini telah tayang di *Kompasiana.com* dengan judul “Dampak Boikot terhadap Grosir Minuman Aqua di Permata Hijau, Jakarta Selatan”, *Klik untuk baca: <https://www.kompasiana.com>*. <https://www.kompasiana.com/apriliaihwatul6630/659845c712d50f4594454844/dampak-boikot-terhadap-grosir-minuman-ridho-illahi-palmerah-jakarta-barat>
- Arfiansah Farauq. (2023). *Sales Le Minerale Cs naik, penjualan Aqua kian anjlok hingga cuma segini, pakar: Ini David vs Goliath!* <https://www.hops.id/trending/29410222236/sales-le-minerale-cs-naik-penjualan-aqua-kian-anjlok-hingga-cuma-segini-pakar-ini-david-vs-goliath>
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia. Pamulang* (edisi 5). Kharisma Publishing Froup.
- Drs., S. A. (2020). *Semiotika komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

- Durianto, D., S., & T.Sitinjak. (2011). *Strategi menaklukan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- DeCesare, J. A. (2014). User Uploads and YouTube One Channels for Teaching, Learning, and Research. *Library Technology Reports*, 50(2), 12–20. <http://libproxy.sdsu.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=95655439&site=ehost-live>
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Hafied Cangara. (2018). Pengantar ilmu komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Vol. 4, Issue 2015). Pustaka Belajar.
- Hartono, D., & Sugalih, A. (2019). Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay’S Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 3(1), 39–49. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4713/3279>
- HIDAYATULLAH, B. (2021). *Analisis Semiotika Makna Foto Dalam Baliho Kampanye Giring Untuk Presiden 2024*. [http://eprints.ubhara.ac.id/1064/%0Ahttp://eprints.ubhara.ac.id/1064/1/ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA FOTO DALAM BALIHO KAMPANYE GIRING UNTUK PRESIDEN 2024.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/1064/%0Ahttp://eprints.ubhara.ac.id/1064/1/ANALISIS%20SEMIOTIKA%20MAKNA%20FOTO%20DALAM%20BALIHO%20KAMPANYE%20GIRING%20UNTUK%20PRESIDEN%202024.pdf)
- Humaira, A. (2021). Analisis Semiotika Representasi Cultural Branding Iklan Shopee Terbaru. In *Uinsu*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Kominfo. (2023). *Daftar 121 Produk Diharamkan MUI Karena Terafiliasi Israel? Awas Hoaks!* https://www.kominfo.go.id/content/detail/52976/daftar-121-produk-diharamkan-mui-karena-terafiliasi-israel-awas-hoaks/0/berita_satker
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*.
- Ledysia Septiana. (2023, November 13). *Kronologi Boikot Produsen Aqua Danone yang Diduga Dukung Israel*. <https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/20658/kronologi-boikot-produsen-aqua-danone-yang-diduga-dukung-israel>
- Lensa.com. (2023). *Bagaimana Bisnis Danone di Israel*.

- [https://lensaku.id/2023/11/13/bagaimana-bisnis-danone-di-israel/#:~:text=Di sektor air minum kemasan,Sibyakindo \(55%2C5%25\).](https://lensaku.id/2023/11/13/bagaimana-bisnis-danone-di-israel/#:~:text=Di sektor air minum kemasan,Sibyakindo (55%2C5%25).)
- Lensa. (2024). *Produksi ASI Buatan di Israel, Danone Investasi US\$3,5 Juta*.
<https://lensaku.id/2024/06/20/produksi-asi-buatan-di-israel-danone-investasi-us35-juta/>
- Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cetakan 36). PT Remaja Rosdakarya.
- Mudafiuddin, B. (2020). Representasi Peran Ibu Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Bertema Hari Ibu). *Jurnal Common*, 4(1), 1–18.
<https://doi.org/10.34010/common.v4i1.2253>
- Murti Candra, D. (2013). Representasi Pakaian Muslimah Dalam Iklan. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 63–82. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1171>
- Oswaldo Ignacio. (2022). *Aqua: Perjalanan Panjang dari Berdiri Hingga Diakuisisi Danone*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5978710/aqua-perjalanan-panjang-dari-berdiri-hingga-diakuisisi-danone>
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika* (empat). Matahari.
- Pratiwi Inten, H. A. (2023, November 16). *MUI Buka Suara soal Beredarnya Daftar 121 Produk Pendukung Israel yang Viral Setelah Terbitnya Fatwa MUI Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "MUI Buka Suara soal Beredarnya Daftar 121 Produk Pendukung Israel yang Viral Setelah Terbitnya* *Fa*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/11/16/131500965/mui-buka-suara-soal-beredarnya-daftar-121-produk-pendukung-israel-yang>
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. A. (2002). Ilmu Komunikasi. In *Reportase*.
- Purwanti Teti. (2023). *Aksi Peduli Palestina, Danone Indonesia Kirimkan Bantuan*.
[https://www.cnbcindonesia.com/news/20231228141517-4-500953/aksi-peduli-palestina-danone-indonesia-kirimkan-bantuan#:~:text=Bantuan kemanusiaan dari Danone Indonesia,BPJPH\) Kementerian Agama Republik Indonesia](https://www.cnbcindonesia.com/news/20231228141517-4-500953/aksi-peduli-palestina-danone-indonesia-kirimkan-bantuan#:~:text=Bantuan kemanusiaan dari Danone Indonesia,BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia)
- Reni, C. (2023, November 27). *Kupas tuntas! Hubungan produk yang diduga pro*

Israel Danone dengan perusahaan senjata Blackrock yang digunakan di Palestina, diungkap Youtuber ini!

<https://www.hops.id/unik/29411001775/kupas-tuntas-hubungan-produk-yang-diduga-pro-israel-danone-dengan-perusahaan-senjata-blackrock-yang-digunakan-di-palestina-diungkap-youtuber-ini?page=3>

Safura, S. M. (2020). Analisis Semiotika Peirce Dalam Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Pada Iklan Pantene Perfect on Di Situs Web Youtube. *Ilmu Komunikasi*.

Salim Mabruhi. (2022). *Profil PT Tirta Investama, Ini Sejarah dan Inovasi dari AQUA*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5152710/profil-pt-tirta-investama-ini-sejarah-dan-inovasi-dari-aqua?page=4>

Siboro, N. (2018). REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN KOMERSIL (Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Iklan Susu L-Men Gain Mass Versi Anting Jatuh). *Jurnal SEMIOTIKA*, 12(2), 167–182. <http://journal.ubm.ac.id/>

Sidik, A. (2018). Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene Menggunakan Teori Semiotika Pierce. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 9(4), 201. <https://doi.org/10.31602/tji.v9i4.1533>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

LAMPIRAN

Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN



KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : NUKKE EKA DAMAYANTI
 NPM : 2070201047
 Program studi : Ilmu Komunikasi
 Pembimbing : Ade Siti Khaeriyah, M.I.Kom
 Judul Skripsi : Analisis Semiotika Iklan Adura
 # Kro / Indonesia dalam menghadapi
 isu boikot produk pro Israel



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	19-01-2024	Konsul Judul	<i>[Signature]</i>
2.	04-02-2024		
2.	27-01-2024	bimbingan ke 2 (konsul BAB 1)	<i>[Signature]</i>
3.	04-02-2024	bimbingan revisi BAB 1	<i>[Signature]</i>
4.	04-03-2024	bimbingan bab II & bab III	<i>[Signature]</i>
5.	06-03-2024	ACC	<i>[Signature]</i>
6.	17-04-2024	Konsultasi Sempro	<i>[Signature]</i>
7.	24-04-24	Revisi Sempro	<i>[Signature]</i>
8.	04/06/2024	bimbingan revisi setelah sempro & HD Kesalahan	<i>[Signature]</i>
9.	05/07/2024	bimbingan bab <u>IV</u> & bab <u>V</u>	<i>[Signature]</i>
10.	11/07/2024	Revisi bab <u>IV</u> & bab <u>V</u>	<i>[Signature]</i>

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nuke Eka Damayanti
Alamat Tinggal : Perum Villa Permata Blok D12 No 3A
Email Aktif : nukeekadamayanti29@gmail.com
Kontak : 089624654190
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini, menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) saya yang berjudul :

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AQUA #100% INDONESIA DALAM MENGHADAPI ISU BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan dalam bentuk artikel jurnal baik di lingkungan internal FISIP UMT maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada Surat Pernyataan Publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK dekan FISIP Nomor : **002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018** Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam bentuk jurnal.

Demikian Surat Pernyataan Publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minta penelitian di lingkungan internal FISIP UMT.

Mengetahui,

Tangerang, 27 September 2024

Dosen Pembimbing,



Ade Siti Khaeriah, M.I.Kom

Nuke Eka Damayanti

NIDN.0429077605

