

DAFTAR PUSTAKA

- Asrita, S., & Rhizky, D. P. (2020). Wacana Product Placement Tropicana Slim dalam Branded Web Series the Discourse of Tropicana Slim's Product Placement in Branded Web Series. *IPTEK KOM, II(1)*, 109-123.
- Badjo, S. N. (2023). *Manajemen Konflik*. Solok: PT Mafi Media Literasi Indonesia.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (9th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- DataIndonesia.Id. (2024). *(Laporan) Kumpulan Data Seputar Perceraian di Indonesia 8 Tahun Terakhir Hingga 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- DeVito, J. (2013). *the Interpersonal Communication Book*. London: Sage Publications.
- Dr.Hj.Fatimah, S. M. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat*. Gowa: Tallasa Media.
- JBL Indonesia. (2022, November 5). *Beranda*. Retrieved from JBL Indonesia: <https://id.jbl.com/home?>
- Kompas.com. (2022, Desember 11). *Kompas.com*. Retrieved from Tren: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/09/062500765/10-daerah-dengan-angka-perceraian-tertinggi-di-indonesia?page=all>
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Muda, T. (2021, November 6). *Game*. Retrieved from Okeguys.: <https://www.okeguys.com/game/pr-9006254562/apa-itu-web-series>
- Naibaho, S., & Virlia, S. (2016). Rasa Percaya pada Pasutri Perkawinan Jarak Jauh. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 34-52.
- Narita, T., & Suyanto, A. (2019). Analisa Efektivitas Iklan Web Series dengan Menggunakan Epic Modal. *Jurnal Mitra Manajemen, III(1)*, 84-95. Retrieved from <http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/183/117>
- Nurwijaya, H. (2011). *Mencegah Selingkuh dan Cerai*. Jakarta: PT Gramedia.
- Piliang, Y. A. (2018). *Hiper Semiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Y. A. (2018). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film & Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.

- Pulungan, A. (2023, Desember 26). *Okecelebrity*. Retrieved from Okezone Tv: <https://celebrity.okezone.com/read/2023/12/26/33/2945174/kaleidoskop-2023-7-artis-yang-bercerai-sepanjang-tahun?page=3>
- Raihan, I. (2023). *Saat Kau Terluka Karena Rasa Percaya*. Jakarta: Caesar Media Pustaka.
- Riwu, A., & Pujianti, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika). *DEIKSIS, X(3)*, 212-223.
- Sahid, N. (2016). *Semiotika untuk Teater, Tari, Wayang Purwa dan Film*. Semarang: Gigih Pustaka Mandiri.
- Sari, P. W. (2021). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM BINTANG KETJIL KARYA WIM UMBOH DAN MISBACH YUSA BIRA. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 30-43.
- Shobihah, I. F., & Fathoni, A. (2022). Kepercayaan dan Keterpercayaan pada Relasi Suami-Isteri Milenial Muslim. *Psycho Idea*, 60-73.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tim Reaksi CNBC Indonesia. (2021, Desember 2021). *Lifestyle*. Retrieved from CNBC TV: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20211227173800-33-302441/8-serial-drama-indonesia-terbaik-selain-layangan-putus>
- Vera, D. N. (2022). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Depok: Pt RajaGrafindo Persada.
- Wahjuwibowo, D. S. (2018). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.