

DAFTAR PUSTAKA

- Angesti, R. A., & Dwi Puji Prabowo. (2025). Semiotika SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN MARJAN RAMADHAN 2024 VERSI PUTRI HIJAU. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 18(1), 21–32. <https://doi.org/10.51903/pixel.v18i1.2309>
- Fbs, A., Negeri, U., Jl, P., Air, H., & Padang, T. (2015). *Kembalikan Lagu Anak-anak Indonesia : Sebuah Analisis Struktur Musik*. 25(4), 343–355.
- Herera, N. F. A. (2025). Pengaruh Soundtrack dalam Membangun Brand Recognition Film pada “How to Make Millions Before Grandma Dies.” *Jurnal VICIDI*, 15(1), 44–54. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v15i1.5207>
- Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, 5–24.
- Jayaningsih, A. A. R., Antara, I. P. J., & Candrakusuma, I. G. N. O. (2025). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Buku Kumpulan Cerita Pendek Sagra. *Jurnal Medium*, 29–43.
- Lukman Hakim, & Lusi Nisa’ul Aina. (2022). Analisis Semiotika Video Klip BTS “Permission to Dance.” *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i2.484>
- Manajemen, J., Ekonomi, F., Salarupa, J. C. R., Dotulong, L. O. H., & Loindong, S. S. R. (2025). Salarupa, J. C. R., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2025). Pengaruh Viral Marketing, Emotional Branding, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fellow Coffee Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, . *Loindong 521 Jurnal EMBA*, 13(1), 521–532.
- Marssel Michael Sengkey, Nova Lisye Sinaulan, Gloria Natalie Lantu, Hestria Br Ginting, & Giva Syaloom Sembor. (2025). Representasi Emosi Remaja dan

- Pengaruhnya terhadap Hubungan Sosial dalam Film Animasi “Inside Out 2.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 5713–5721. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1504>
- Maydar, S. F. (2025). *Strategi Branding MRT Jakarta melalui Konten Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Perusahaan*. 8, 223–237.
- McNamara et al. (2019). *CJAL * RCLA Book Review * Critiques de livres*. 1(2020), 115–117.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mubarok, F., & Muyasaroh, S. (2025). Analisis Semiotika Tagline “Beli Semua Di Shopee” Dalam Membentuk Branding Shopee. ... : *Journal ...*, 2(3), 371–385. <https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/529%0Ahttps://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/download/529/780>
- Mubarok, M. Z. (2024). *Efektivitas Branding dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam*. 3, 25–35. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>
- Muhammad Irfan Maulana, Hisyam Zaini, & Ridwan Ridwan. (2024). Signifikasi Lirik Lagu “Asmalibrasi” Karya Soegi Bornean dalam Perspektif Semiotika Roland Barthes. *ENGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 5(1), 282–291. <https://doi.org/10.37304/enggang.v5i1.19027>
- Musyahadah, A., & Fajarini, S. D. (2025). Analisis Semiotika Makna Kasih Sayang Dalam Lagu “Nina” Karya Band. Feast. *Catha: Journal of Creative and Innovative ...*, 2(3). <http://j-catha.org/index.php/catha/article/view/127%0Ahttps://j-catha.org/index.php/catha/article/download/127/102>

- Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan Data Penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*, 3(5), 5423–5443.
- Nathaniel, A., & Sannie, A. W. (2020). ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA KESENDIRIAN PADA LIRIK LAGU “RUANG SENDIRI” KARYA TULUS. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 19(2), 41. <https://doi.org/10.19184/semiotika.v19i2.10447>
- Oyenyi, G. A. (2024). Emotional Soundtrack: Influence of Music Composers on Audience Emotion. *Shodh Sari-An International Multidisciplinary Journal*, 03(01), 394–410. <https://doi.org/10.59231/sari7678>
- Phetorant, D. (2020). Peran Musik dalam Film Score. *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, 3(1), 91–102. <https://doi.org/10.31091/jomsti.v3i1.967>
- Rovida, N., Sari, F., & Hakim, L. (2023). Representasi Pesan Moral Dalam Film Imperfect The Series (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 148–164. <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/meyarsa/>
- SelviYani Nur Fahida. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film “Nanti Kita Cerita Hari Ini” (NKCTHI) Karya Angga Dwimas Sasongko. *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 1(2), 33–42.
- Srimulyo, K., & Mardiyah, A. (2020). Pengaruh Emotional branding Terhadap Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 10(2), 66. <https://doi.org/10.20473/jpua.v10i2.2020.66-82>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sumbodo, Y. p, Marzuki, Yudhantara, M., & Widiastuti. (2024). Metode Penelitian: Panduan Lengkap untuk Penelitian Kuantatif, Kualitatif dan Campuran. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1).

- Ulfa, F. A. (2020). ... *BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI KENANGAN (Survei Pada Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2016)*.
<http://repository.bakrie.ac.id/4345/%0Ahttp://repository.bakrie.ac.id/4345/1/00cover.pdf>
- Yulistiani, I. (2025). *Strategi Komunikasi Emosional Dengan Storytelling Untuk Membangun Engagement Di Media Digital*. 22(9).
- Zulfikar, Z., & Tamara, A. P. (2025). Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus pada Konsumen Lion Air di Kabupaten Bantul, Yogyakarta). *Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 2(2), 1123–1141.
<https://doi.org/10.57235/hemat.v2i2.6872>