

DAFTAR PUSTAKA

- Alex. Sobur. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdaya.
- Ardana, Komang., Mujiati, Ni. Wayan., & Ayu Sriathi, Anak. Agung. (2008). *Prilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Danesi, Marcel. (2012). *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eva. Arifin. (2010). *Broadcasting To Be Broadcater*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Elvinaro. Ardianto., Lukiaty. Komala., & Siti. Karlina. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gitosudarmo. Indriyo. (2000). *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: BPFE.
- Effendy, Heru. (2014). *Mari Membuat Film*. Jakarta: (KPG) Kepustakaan Populer Gramedia.
- Morisan, Wardhani, Andy. Corry., & Farid. Hamid. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Namiroh. Vera. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Piliang, & Amir, Yasraf. (2003). *Hipersemiotika "Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna"*. Bandung: Jalasutra.
- Rachmat. Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tamburak, Apriadi. (2013). *Literasi Media*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Wahyu Wibowo, Idiawan. Seto. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Ed.2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Website

1000logos. (t.thn.). *Unilever Logo*. Diambil kembali dari <http://1000logos.net/unilever-logo/>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Agrofarm. (t.thn.). *Unilever dan PTPN Sepak Percepatan Produksi Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan di Indonesia*. Diambil kembali dari Unilever dan PTPN Sepak Percepatan Produksi Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan di Indonesia: <https://www.agrofarm.co.id/unilever-dan-ptpn-sepak-percepatan-produksi-minyak-kelapa-sawit-berkelanjutan-di-indonesia/>

Blublunt. (t.thn.). *Fair Lovely Cream Review*. Diambil kembali dari <http://blublunt.com/fair-lovely-cream-review/>

HD, Iklanesia. (2017, february 8). *Youtube*. Dipetik April 8, 2017, dari Iklan Fair and Lovely -

Indonesia, U. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://www.unilever.co.id/brands/our-brands/fair-and-lovely.html>

Nikah atau Kuliah S2: <https://www.youtube.com/watch?v=owOFv1fZmwg>

Unilever. (t.thn.). *Fair and Lovely*. Diambil kembali dari Our Brand Fair dan Lovely: <https://www.unilever.co.id/brands/our-brands/fair-and-lovely.html>

Unilever. (t.thn.). *Who we are*. Diambil kembali dari Our Vision: <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-vision/>

Wordpress. (t.thn.). *Unileverights*. Diambil kembali dari Sejarah Perusahaan: <https://unileverights.wordpress.com/sejarah-perusahaan/>

<https://www.dumetschool.com/blog/Teknik-Pengambilan-Gambar-Video>

Skripsi

Jummaulana, H. (2013). Analisis Semiotika dalam Iklan Bergenre Produk Kebersihan Pada Stasiun Rejawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* .

Muthia, R. (2015). Analisis Makna Cantik dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi "ee the Real me" di Televisi. *Skripsi Universitas Lampung* .

Rachmi, N. (2015). Analisis Semiotika Iklan Ades Versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" dalam Menangkap Pesan Tersembunyi tentang Kepedulian Lingkungan Hidup. *Skripsi Universitas Mulawarman* .

Rohayati, S. (2015). Analisis Semiotika Biskuit Versi "Semangat Ibu dan Anak" di Televisi. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* .

Sari, D. P. (2009). Citra Wanita dalam Iklan (Analisis Semiotika terhadap Citra Wanita dalam Iklan Cetak Shampoo Sunsilk Hair Fall Solution Versi Shanty dan Shampoo Dove Anti-Dandruff. *Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta* .