

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, Sitanggang, A. O., Alfathoni, M. A. M., Hendra, & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.); pertama). CV Jejak.
- Aprinta, G. E. . (2011). KAJIAN MEDIA MASSA: REPRESENTASI GIRL POWER WANITA MODERN DALAM MEDIA ONLINE (Studi Framing Girl Power dalam Rubrik Karir dan Keuangan Femina Online). *Jurnal The Messenger*, 2, 12–27.
- Ashadi, Nelfiyanti, & Anisa. (2016). PENCAHAYAAN DAN RUANG GERAK EFEKTIF SEBAGAI INDIKATOR KENYAMANAN PADA RUMAH SEDERHANA SEHAT YANG ERGONOMIS. *Urnal Arsitektur NALARs*, 15, 35–44.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Brown, B. (2016). *cinematography theory and practice* (3rd ed.). Routledge.
- Chotimah, R. C. (2023). Analisis semiotika Pesan Moral dalam Iklan Ngeri-ngeris edep. *Ilmu Komunikasi*.
- Cormick, M. & Ernest, J. (1993). *Human Factors in Engineering and Design*. Mc Graw Hill.
- De Pelsmacker, P., Geuens, M. and Van de Bergh, J. (2010). *Marketing Communications : A European perspective*. Pearson Education Limited.
- Fill, C. (2009). *Marketing communications: interactivity, communities, and content*. Pearson Education Limited.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan* (A. A. Hetami (ed.)). Penerbit Lakeisha.

- Ghony, M. D. G., & Almanshur, F. (2012). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (T. R. Sari (ed.); Pertama). AR-RUZZ MEDIA.
- Gusar, M. R. S. (2022). *Modul Kajian Semiotika*.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazalia (ed.); Pertama). Wal ashri Publishing.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (D. E. Restiani (ed.); pertama). CV Jejak.
- Judd, T., Jackson, T., Pushkareva, I., & Dijkstra, K. (2015). Human comfort and building energy consumption: A review of recent research. *Energy and Buildings*, 105, 178–196.
- Kolcaba, K. (2003). *Comfort Theory And Practice: A Vision For Holistic Health Care And Research*. Spinger Publishing Company.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Prespektif Kualitatif* (pertama). Penerbit Deepublish.
- Mufid, M. (2009). *ETIKA DAN FILSAFAT KOMUNIKASI* (pertama). PRENADAMEDIA GROUP.
- Ningsih, E. S. (2021). *Teori Warna*.
- Pracihara, M. M. (2016). *WARNA SEBAGAI LOOK DAN MOOD PADA VIDEOGRAFI FILM TELEVISI* Abstrak Pendahuluan Salah satu elemen visual yang terpenting dan menarik perhatian adalah warna . Warna saudara yang menyatu dalam diri dan memberikan pengaruh besar dalam kehidupan berkaitan . *Mas*. 1(1), 26–36.
- Romdhoni, A. (2016). *SEMIOTIK METODOLOGI PENELITIAN* (A. L. Abi (ed.); pertama). Literatur Nusantara.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH MEDIA.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)* (Rusmini (ed.);

Pertama). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis bagi Peneliti dan Skripsi Komunikasi. Edisi 3 (Tiga)*. Mitra Wacana Media.

Wibowo, I. S. wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi - aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi. Edisi 2 (ketiga)*. Mitra Wacana Media.

Widyakusuma, A. (2011). *DAMPAK ELEMEN INTERIOR TERHADAP*. 38–54.

Widyastuti, S. (2017). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*. FEB-UP Press.

Yudelson, J. (2010). *Green building through integrated design*. Mc Graw Hill.

