

DAFTAR PUSTAKA

- Abyadhi, H. (2019). *Analisis denotatif dan konotatif pada poster film Bulan Terbelah di Langit Amerika menggunakan teori semiotika Roland Barthers / Hamdan Abyadhi*.
- Agustina, R. (2021). JURNAL PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA ANALISIS SEMIOTIKA PADA NILAI MORAL DALAM NOVEL DIA ADALAH KAKAKKU KARYA TERE LIYE DAN PEMANFAATANNYA SEBAGAI MODUL PEMBELAJARAN NOVEL DI SMA. *Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia*, 10. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pbs>
- Andini, I. P., & Putri, I. P. (2019). *REPRESENTASI ABUSIVE RELATIONSHIP DALAM FILM POSESIF (Analisis Semiotika John Fiske) REPRESENTATION ABUSIVE RELATIONSHIP IN POSESIF MOVIE (Semiotics Analysis John Fiske)*. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=76>
- Arif Budi Prasetya. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Intrans Publishing. <https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK19097/analisis-semiotika-film-dan-komunikasi>
- Aslami, A. P. N. (2020). *Pengaruh Terpaan Program Flash Sale Tokopedia, Brand Awareness dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa (Studi Tentang Terpaan Program Flash Sale Aplikasi Jual Beli Online Tokopedia, Brand Awareness dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uns Angkatan 2015-2017)*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/79677/Pengaruh-Terpaan-Program-Flash-Sale-Tokopedia-Brand-Awareness-dan-Status-Ekonomi-Terhadap-Perilaku-Membeli-Mahasiswa-Studi-Tentang-Terpaan-Program-Flash-Sale-Aplikasi-Jual-Beli-Online-Tokopedia-Brand-Awareness-dan-Status-Ekonomi-Terhadap-Perilaku-Membeli-Mahasiswa-Ilmu-Komunikasi-Uns-Angkatan-2015-2017>
- Aulia, A. N., & Astuti, R. (2023). *Pengaruh Pemahaman Iklan Audio Visual terhadap Keterampilan Menyimak dan Berbicara Siswa Sekolah Dasar*. 7. <http://journalfai.unisla.ac.id/index.php/at-thulab/index>
- Aulia Dewanti, P., Alhudawi, U., & Hodriani. (2023). Gotong Royong Dalam Memperkuat Partisipasi Warga Negara (Civic Participation). *Pancasila and Civic Education Journal*, 2(1), 15–22. <https://doi.org/10.30596/jcositte.v1i1.xxxx>

- Barthes, R. (2017). *Elemen-Elemen Semiologi* (M. Ardiansyah, Trans.). BASABASI. <https://books.google.co.id/books?id=h1lFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Baruna Sang Penjaga Samudera - Marjan Boudoin. (2023). <https://www.youtube.com/watch?v=IIPwhERDRag>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw Hill Education.
- Cangara, H. (2019). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *PT RajaGrafindo Persada*. PT Raja Grafindo Persada. https://books.google.com/books/about/Pengantar_ilmu_komunikasi.html?hl=id&id=dKqAtQEACAAJ
- Cobley, P., & Jansz, L. (1998). *Introducing semiotics*. Totem Books.
- Dewi, E. K. (2023). *Iklan Marjan, Iklan Sirop Pertama Datangnya Ramadan*. https://mojok.co/terminal/iklan-marjan-pertanda-datangnya-ramadan/#goog_rewarded
- Dinas Kebudayaan Pemerintah Kabupaten Buleleng. (2021). *Dewa Baruna*. <https://disbud.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/87-dewa-baruna>
- Direktorat Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan. (2023). *Laporan Kinerja Tahun 2023*.
- Fiske, J. (1990). *STUDIES IN CULTURE AND COMMUNICATION*. Jelasutra. https://www.academia.edu/30400370/STUDIES_IN_CULTURE_AND_COMMUNICATION_General_Editor_John_Fiske_INTRODUCTION_TO_COMMUNICATION_STUDIES
- FISKE, J. (2018). *Cultural And Communication Studies*. Jelasutra. https://opac.isi.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D44517%26keywords%3D
- HABERMAS, J. (1989). *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Kreasi Wacana. https://opac.isi.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D44887
- Handayani, D. (2019). REPRESENTASI BUDAYA DALAM IKLAN (Analisa Semiotika Iklan Marjan Versi Tari Betawi dan Sepatu Roda). *Jurnal Budaya Nusantara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/JBN.vol3.no1.2111>
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). *PENGARUH MODEL PROMOSI FLASH SALE TERHADAP MINAT PEMBELI DAN KEPUTUSAN PEMBELI DI MARKETPLACE ONLINE*. 5(2).

Hidayat, A. N. (Ed.). (2025). *Legendarisnya Sirup Marjan, Dikenalkan Muhammad Saleh Kurnia Kurnia pada 1975 hingga Kini Sukses Jadi “Simbol Ramadan” di Indonesia*. https://wartaekonomi.co.id/read562868/legendarisnya-sirup-marjan-dikenalkan-muhammad-saleh-kurnia-kurnia-pada-1975-hingga-kini-sukses-jadi-simbol-ramadan-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6, 31-42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

Indonesia, B. P. S. (2023). *Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir 2023* (S. I. Badan Pusat Statistik, Ed.). Badan Pusat Statistik Indonesia BPS – Statistics Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/45b0e0c30911979641959fe5/statistik-sumber-daya-laut-dan-pesisir-2023.html>

Isman, F. G., Johari, A., & Pratama, G. (2023). Analisa Semiotika Sosial Pada Iklan Aqua Versi Billboard. *FINDER: Journal of Visual Communication Design*, 3(1), 26–34. <https://doi.org/10.17509/FINDER.V2I1.46066>

Khalisha, G. M., Rachmadini, N., & Febrian, K. (2019). Pengaruh Iklan Online Naratif Move on Trip terhadap Sikap Penonton Media Sosial Youtube. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1(2), 90–96. <https://doi.org/10.32509/JHM.V1I2.831>

Knapp, M. L. . (1978). *Nonverbal communication in human interaction*. Holt, Rinehart and Winston. https://books.google.com/books/about/Nonverbal_Communication_in_Human_Interac.html?hl=id&id=_QFHAAAAMAAJ

Kotler, P. (2000). Marketing Management , Millenium Edition. In *Marketing Management* (Vol. 23, Issue 6). Pearson Custom Publishing. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90145-T](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90145-T)

Laporan Kinerja Tahun 2023. (2024). In *Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan*. <http://103.74.164.161:8107/632/1/LKJ> Ditgun 2023_final %281%29.pdf

Laporan Kinerja Tahun 2024. (2025).

LAPORAN SAMPAH LAUT – Tim Koordinasi Nasional Penanganan Sampah Laut. (n.d.). Retrieved January 9, 2025, from <https://sampahlaut.id/laporan-sampah-laut/>

- Lestari, A. P., & Basori, M. H. (2003). Isu Pencemaran Laut Dalam Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 6321–6336.
- Marcellina, V. G., & Surwati, C. H. D. (2022). Representasi Citra Maskulin dalam Iklan Audio Visual (Analisis Semiotika Roland Barthes tentang Citra Maskulin dalam Iklan Audio Visual Pelembut dan Pewangi Pakaian Down Konsentrat Lawan 100 Bau dan Downy Anti Bau & 99,9% Perlindungan Anti Bakteri). *Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Marjan Official Site. (2023). <https://marjan.id/>
- Marzuki. (2002). *Metodologi Riset*. PT Prasetya Widya Pratama Jogjakarta. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205853/metodologi-riset>
- Mezia Viranti, M., & Sugiarto, A. (2020). *Konstruksi Realitas Sosial Perempuan Melalui Iklan Youtube Sariayu Color Trend 2020 Inspirasi Sumba*. <http://journal.unj.ac.id/>
- Moleong, L. J. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*. PT Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2013.02.055>
- @moviemnfes. (2023). <https://x.com/moviemnfes>
- Muslim. (n.d.). *VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI*.
- Natasari, N. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA LIRIK IKLAN SASA SANTAN: REPRESENTASI KEBAHAGIAAN DAN KESEHATAN DALAM NARATIF VISUAL SEEKOR SAPI. *JURNAL STARS*, 2.
- Pingsen, C. P., So, V., Hafiz, M. I. I., & Lim, J. (2023). Strategi Naratif Dalam Iklan Online: Menganalisa Pengaruh Introducing Jo & Jek Terhadap Sikap Penonton di Platform Youtube. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 331–337. <https://doi.org/10.47065/JTEAR.V4I2.1000>
- Primasari, P. G. (2023). *Kasta Rasa Sirop Marjan*. Mojok.Co. https://mojok.co/terminal/kasta-rasa-sirop-marjan/?utm_source=chatgpt.com
- Purwasito, A. (2007). Analisis Semiologi Komunikasi Sebagai Tafsir Pesan. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 65–81.
- Puspitawati, N. L. A. (2022). PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI SALAH SATU ALTERNATIF MEDIA PEMBELAJARAN DARING BAHASA INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 11(1), 97–107. https://doi.org/10.23887/JURNAL_BAHASA.V11I1.752

- Riangga, A., Nurulloh, M., & Wibaselpa, A. (2023). *Pengaruh Iklan Sinematik Terhadap Keputusan Pembelian Dan Brand Awareness Pada Sirup Marjan*.
- Risfil, A. (2024, June 26). *RRI.co.id - Pemerintah Catat Sampah Plastik di Laut Capai 12,87 Juta*. <https://rri.co.id/nasional/780217/pemerintah-catat-sampah-plastik-di-laut-capai-12-87-juta>
- Saleh, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (H. Upu, Ed.). Pustaka Ramadhan.
- Santoso, A. (2021). Representasi Adegan Kekerasan Pada Tokoh Vicki Maloney Dalam Film “Hounds of Love” (Analisis Semiotika Adegan Kekerasan Pada Tokoh Vicki Maloney Dalam Film “Hounds of Love”). *Jurnal Komunikasi*, 7.
- Sari, R. K., & Salsabila, F. A. (2023). GOJEK AS HEROES IN PANDEMIC TIMES (ANALYSIS OF HEALTH CAMPAIGN NARRATIVE IN GOJEK ADVERTISING). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 366–390. <https://doi.org/10.14710/INTERAKSI.12.2.366-390>
- Shabrina, S. (2018). Nilai Moral Bangsa Jepang Jin dalam Film Sayonara Bokutachi No Youchien (Kajian Semiotika John Fiske). *Jurnal Program Studi Sastra Jepang*, 7(2), 61–71. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/janarusaja>
- Subagyo. (2012). PENGEMBANGAN NILAI DAN TRADISI GOTONG ROYONG DALAM BINGKAI KONSERVASI NILAI BUDAYA. *Indonesian Journal of Conservation*, 1(1), 2012.
- Sugihartini, P., Suandi, I. N., & Darmayanti, I. A. M. (2022). *PENGUNAAN MODEL PROBLEM BASED LEARNING BERBANTUAN AUDIO VISUAL UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENCERITAKAN KEMBALI ISI IKLAN PADA SISWA KELAS VIII B SMP NEGERI 2 SAWAN*. 12, 427–437. <https://doi.org/10.23887/jpbsi.v12i4.63789>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif: untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. ALFABETA. <https://drive.google.com/file/d/1Ay9144WsHiGVk0gXf2DMrS5PRv6wEeqS/view>
- Supriyono, S., Wardani, N. E., & Saddhono, K. (2018). DIKSI KONOTATIF DALAM PUISI-PUISI SUBAGIO SASTROWARDOYO DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN APRESIASI SASTRA DI SMA. *Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat*, 4(1). <https://doi.org/10.22202/jg.2018.v4i1.2460>
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DI KALANGAN PELAJAR. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). www.youtube.com

- Top Brand Award*. (2023). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_sub_kategori=436&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2023&brand1=ABC&brand2=Bangau&brand3=Fres&brand4=Kurnia&brand5=Marjan
- Tugiati, T., & Kuntoro. (2019). Teks Iklan Naratif (Analisis: Isi, Struktur, Butir Kebahasaan Dan Implikasi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP). *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP*.
- Turnip, D. A. (2024). *Pengaruh Brand Loyalty dan Strategi Iklan Seasonal terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Marjan di Kota Medan)*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/95489>
- Tutiasri, R. P., Aulia, M. R., Alfi, A. V., & Dafa Purwa, N. (2021). Analisis Persepsi Terhadap Tampilan Budaya Korea pada Iklan E-Commerce Shopee di “Tanggal Cantik” 12.12 1.1 Dan 2.2. *JURNAL TRANSLITERA*, 10, 72–81.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI: Aplikasi kritis bagi penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>