

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, M., Herman, Y., Ginting, R., Ananda, A., Handayani, A., Handayani, D., & Sentoso, A. (2023). ANALISIS STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DI INSTAGRAM RAJA PARFUM. In *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah* (Vol. 2, Issue 10). <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Ahsin, M., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh iklan dan strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 1, Issue 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Alam, P. W., & Hakim, H. M. (2024). The Effect of the Film Sintas Sailing Soundtrack on Interest in Watching Film and Television Student. *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 4(1), 26–35. <https://doi.org/10.17509/ftv-upi.v4i1.46515>
- Alawiyah, D., & Anggraeni Alwi, C. (2022). Pengaruh Dukungan Sosial Terhadap Kesejahteraan Psikologis Pada Mahasiswa Semester Akhir. *MIMBAR Jurnal Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, 8(2), 2022. <http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/mimbar>
- Alchemist FILM (04) HOME GARDEN.* (2024). <https://alchemistfragrance.com/pages/alchemist-04-home-garden-short-film>
- Aldiano, M. R., & Deni, I. F. (2025). Komunikasi Pemasaran Amanda Parfume Di Kota Medan. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 77–91. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2583>
- Alfian Tuflih, M., & Davina, dan. (2024). KONFLIK BATIN CINTA DAN KESINAMBUNGAN DALAM NOVEL CAHAYA MENTARI PAGI KARYA MARIA A SARDJONO. In *32 Widyabastra* (Vol. 12, Issue 1).
- Amalia, R. (2022). *Makna Warna Kuning dan Penggunaanya Sehari-Hari*. <https://binus.ac.id/bandung/2022/11/makna-warna-kuning-dan-penggunaanya-sehari-hari/>
- Amperawan, D., Fitri, A., & Hidayat. (2019). Makna Kesedihan Bagi Remaja. *Jurnal Psikologi*.
- Anggraini, D. (2024). *Warna Hitam, Ternyata Memiliki Interpretasi Psikologi*. <https://www.rri.co.id/hiburan/808309/warna-hitam-ternyata-memiliki-interpretasi-psikologi>
- Arifah, N., & Edy, P. (2020). *INTIMACY PASANGAN SUAMI ISTRI YANG MENJALANI HUBUNGAN JARAK JAUH*. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI>
- Aurellia, R., & Setyawan, A. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND AVOSKIN MELALUI BRANDED WEB SERIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Avoskin Melalui Branded*

- Web Series "Kisah Tiga Masa" pada YouTube Avoskin Sebagai Media Promosi*.
<http://jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0218069.pdf>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95.
<https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Davies, J. (2019). Travelling Through Liminal Non-places: Gozitan Buses as a Non Place for Socializing. *Journal Anthropology*.
- Dea, A. (2023). *MARKETING COMMUNICATION STRATEGY ON THE SALE OF HOUSING UNITS IN GRAND ALDEIA HOUSING*.
- Dewi, N., Saraswati, A., & Furqon, A. (2022). *Penerapan Pola Komunikasi Soft Selling Melalui Storytelling Dalam Film Iklan "Metamorfodream"*.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/index>
- Dewi, S., Kurniati, N., & Asmoro, D. S. (2024). Dampak Dukungan Emosional Teman Sebaya terhadap Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 12.
<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2562>
- El Karimah, K., Universitas Padjadjaran Jalan Raya Bandung-Sumedang Km, Ms., Barat, J., Intan Ewie Syafitri, P., & Wahyudin, U. (2019). Etika praktik product placement dalam film Ayat-Ayat Cinta 2. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 60–81.
- Erdawati, S. E. M. S., Endarwita, S. E. M. M., Yurasti, S. E. M. S., Erfa Okta Lussianda, S. P. M. P. E., & Dr. R. Rudi Alhempy, S. E. M. M. (2024). *Membangun Koneksi: Peran SDM dalam Strategi Pemasaran Modern*. Takaza Innovatix Labs.
<https://books.google.co.id/books?id=SCKzEQAAQBAJ>
- Eve Candela F. (2024). *Alchemist Film {04} Home Garden, Kisah Teman Lama yang Bertemu Kembali di Labuan Bajo*.
<https://mediaindonesia.com/hiburan/677771/alchemist-film-04-home-garden-kisah-teman-lama-yang-bertemu-kembali-di-labuan-bajo>
- Fadhila Sara, C. (2024). Penggunaan Metode Visual Storytelling untuk Membangun Identitas Visual Berbasis Folklore dalam Branding Produk Lokal. *Jurnal Penelitian Seni*, 12(2). <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/segarawidya/article/view/3064>
- Fadilla, A., & Wulandari, P. (2023). LITERATURE REVIEW ANALISIS DATA KUALITATIF: TAHAP PENGUMPULAN DATA. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3).
- Faizaty, N., & Laili, R. (2021). DAMPAK SOFTSELLING DALAM DIGITAL MARKETING PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PLATFORM GRUP FACEBOOK JAGO JUALAN). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 04(01). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Figueiredo, J., & Eiriz, V. (2020). Fragrances' luxury brand extension: consumer behaviour and influences. *EuroMed Journal of Business*, 16(2), 241–258.
<https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2020-0038>

- Fitri Ramadhani, R., Rasyid, A., & Ritonga, S. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE GAMBAR ILUSTRASI “PANDEMI VS BALIHO” PADA AKUN INSTAGRAM TEMPO. *Berajah Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.47353/bj.v3i1.207>
- Fragrance Family: Panduan Memahami Karakter Aroma Sesuai Kepribadianmu*. (n.d.). 2025. Retrieved June 4, 2025, from <https://madeforhmns.com/blogs/blog/apa-itu-fragrance-family>
- Gede Arsana Wijaya, I., Rafael Sitohang, M., Gusti Ayu Agung Citra Santika Dewi, I., Ayu Agung Diah Janawati, I., Made Kutha Adhya Wagiiswari, D., Putu Eka Nilakusmawati, D., Udayana Jl Raya Kampus Unud, U., Kuta Selatan, K., & Badung, K. (2024). Pengaruh Soft Sell Advertising Dalam Video Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *Public Service And Governance Journal* (Vol. 5, Issue 2).
- Tita, G. (2025). *Bagaimana Menjadi Sosok yang Memiliki Sikap Bijaksana?* <https://stekom.ac.id/artikel/bagaimana-menjadi-sosok-yang-memiliki-sikap-bijaksana>
- Hajirah Safwan, U. (2023). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL ARDYMA PARFUM*. https://eprints.unm.ac.id/34005/1/Jurnal_Uummy%20Hajirah%20Safwan_1986144009%20-%20Uummy%20Hajirah%20Safwan.pdf
- Haliza, S. N., Sutomo, M., Adam, R. P., Tambaru, R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Tadulako, U., & Palu, K. (2024). THE ROLE OF EMOTIONAL CONTENT MARKETING ON INSTAGRAM TRIDEA HILLS IN BUILDING BRAND AWARENESS PERAN EMOTIONAL CONTENT MARKETING PADA INSTAGRAM TRIDEA HILLS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6). <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/13936>
- Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2025). PSIKOLOGI WARNA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI: PENGARUH WARNA TERHADAP EMOSI, PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMEN. In *Online Journal System* (Vol. 1, Issue 1).
- Hans Yangga, O., Nur Vidyarini, T., Yogatama Prodi Ilmu Komunikasi, A., & Kristen Petra Surabaya, U. (2019). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Evaluasi Special Event Ciputra World Fashion Week 2018 oleh Ciputra World Surabaya*. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10091/9027>
- Haryono, N., Suminar Ayu, A., & Priliantini, A. (2021). Peranan Peer Group Storytelling dalam Membangun Brand Awareness Usaha Makanan Lokal di Kota Surakarta. In *Jurnal Representamen* (Vol. 7, Issue 02).

- Hechtlinger S, Schulze C, Leuker C, & Hertwig R. (2024). The Psychology of Life's Most Important Decisions. *PubMed*.
- Ilham, R. M. (2024). *Resiliensi: Kekuatan di Balik Keberanian Keluar dari Zona Nyaman*. <https://www.dictio.id/>
- Imam. (2024). *Pentingnya Dukungan Sosial dalam Menjaga Kesehatan Mental*. <https://psikologi.uma.ac.id/pentingnya-dukkungan-sosial-dalam-menjaga-kesehatan-mental/>
- Imanuel, M. N. (2024). *Business Plan Parfum Custom: Mewujudkan Kepribadian Melalui Aroma yang Dipersonalisasi*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27428.28805>
- Kompasiana.com. (2023). *Makna Malam: Kala Kegelapan Mengajarkan Tentang Kehidupan*. <https://www.kompasiana.com/denrezaalfianf1860/643052e2eb51ce76e72fa502/makna-malam-kala-kegelapan-mengajarkan-tentang-kehidupan>
- Kumparan.com. (2022). *Liminal Space: Pengertian, Macam, dan Pengaruhnya terhadap Kesehatan Mental*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/liminal-space-pengertian-macam-dan-pengaruhnya-terhadap-kesehatan-mental-1zMPYW3d6jp/full>
- Kumparan.com. (2023). *Filosofi Warna Kuning dari Berbagai Sisi*. Kumparan.Com.
- kumparan.com. (2023). *Pengertian Dukungan Emosional Beserta Cara Menerapkannya*.
- Kustiawan, W., Rishan Sahlaya, M., Rizkinta Ginting, T., Aulia Sukma Purnama, R., Fadilah, H., & Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, P. (2024). *Eksplorasi Strategi Narasi Visual dalam Meningkatkan Daya Tarik Program Infotainment Televisi: Studi Kasus Pada Acara Berita Hiburan Malam*.
- machung.ac.id. (2022). *10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi dalam Desain*. <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-psikologi-dalam-desain/>
- Miranti. (2024). *9 Ciri Seseorang Telah Mencapai Kedewasaan Emosional, Menerima Diri Apa Adanya*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5704423/9-ciri-seseorang-telah-mencapai-kedewasaan-emosional-menerima-diri-apa-adanya>
- Mubarak, A. F., Rozi, F., & Husin, Moh. (2022). Penggunaan Metode Storytelling dalam Pembelajaran sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa. *AR-RILAYAH : Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(2). <https://doi.org/10.29240/jpd.v6i2.5520>
- Muslim. (2016). PERKEMBANGAN PARADIGMA ILMU PENGETAHUAN (BERDASARKAN PENDEKATAN GUBA & LINCOLN). *Wahana*, 01(10). PERKEMBANGAN PARADIGMA ILMU PENGETAHUAN (BERDASARKAN PENDEKATAN GUBA & LINCOLN)
- Nandy. (2023). *Warna Pastel: Pengertian, Sejarah, Karakteristik dan Macam-Macamnya*. <https://www.gramedia.com/best-seller/warna-pastel-pengertian->

- sejarah-karakteristik-dan-macam-macamnya/?srsltid=AfmBOorrt-m_zMXuqxdWHJM8ne19jDcAbKbcYr8LDxnCZohogFqZX4Ki
- Nasrullah, R. (2022). *TELAAH SEMIOTIK STRUKTURAL FERDINAND DE SAUSSURE*. <https://www.researchgate.net/publication/365181592>
- Nicol, A. A. M., & De France, K. (2024). Nonjudgmental Regard of Others: Investigating the Links Between Other-Directed Trait Mindfulness and Prejudice. *Psychological Reports*, 127(1), 178–211. <https://doi.org/10.1177/00332941221109096>
- Nur Sabilla, B., Nurhalimah, S., Aulia Rosyadha, N., Nurul Laili, S., Studi Psikologi, P., & Ilmu Sosial dan Humaniora, F. (2019). *KEMAMPUAN MENGENAL EMOSI MELALUI EKSPRESI WAJAH DITINJAU DARI PERBEDAAN GENDER PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA*.
- Putra, I. G., Endriawan, D., Zen, A. P., & Rupa, S. (2023). EKSPLORASI WARNA EARTHTONE DALAM PENCIPTAAN KARYA FOTOGRAFI OUTFIT. In *Agustus* (Vol. 10, Issue 4).
- Putri, A., Siska, P., & Hellyani, C. A. (2024). *Dampak Komunikasi Pemasaran melalui Emotional Advertising terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 4).
- Putri, T., Handayani, K., & Reza, M. (2025). FORMULATION AND EVALUATION OF EAU DE PARFUME (EDP) FLORAL AROMA CHARACTERISTICS. In *Indonesian Journal of Cosmetics* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.itera.ac.id/index.php/ijcos/article/view/1634>
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif*. repository.uin-malang.ac.id/2438
- Rahindah Wijaya, N. (2023). *Cemburu dalam long distance relationship*. <https://www.researchgate.net/publication/375914985>
- Ramadhona, S. (2023). *5 Penyebab Socially Awkward dan Cara Mengatasinya*.
- Rathnasiri, M. S. H., & Dewasiri, N. J. (2024). Book review: Marketing 6.0: the future is immersive. *Rajagiri Management Journal*, 18(4), 342–347. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-10-2024-332>
- Rumi, J. (2020). *KONSEP CINTA: STUDI KOMPARASI ANTARA PEMIKIRAN*.
- Sabawana, B., Dayu, A., & Syadli, M. R. (2023). *Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi*. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/index>
- Sabrina, W., & Akbar, Z. (2022). *Gesture Communication Directness In Romantic Relationship Cross-Cultural Analysis: A Review*.
- Safitri, M. (2021). Pengaruh Masa Transisi Remaja Menuju Pendewasaan Terhadap Kesehatan Mental Serta Bagaimana Mengatasinya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(1), 21–26. <https://doi.org/10.17509/jpis.v30i1.29495>
- Sihombing, D. (2023). *PERKEMBANGAN PARADIGMA ILMU PENGETAHUAN (BERDASARKAN PENDEKATAN GUBA & LINCOLN)*.

- Sitompul, A. L., Patriansah, M., & Pangestu, R. (2021). BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 6 No. 1 MARET 2021 ANALISIS POSTER VIDEO KLIP LATHI : KAJIAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE. *Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/1830/1425>
- Sorokowska, A., Kowal, M., Saluja, S., Aavik, T., Alm, C., Anjum, A., Asao, K., Batres, C., Bensafia, A., Bizumic, B., Boussena, M., Buss, D. M., Butovskaya, M., Can, S., Carrier, A., Cetinkaya, H., Conroy-Beam, D., Cueto, R. M., Czub, M., ... Croy, I. (2023). Love and affectionate touch toward romantic partners all over the world. *Scientific Reports*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-31502-1>
- Sumarjo, Tamu, Y., & Hussa, D. (2023). *KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM TOXIC RELATIONSHIP PACARAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO* (Vol. 1).
- Surya, N. (2019). *PENERAPAN PACING LAMBAT DALAM EDITING FILM "SASMITA NARENDRA" UNTUK MEMBANGUN KETEGANGAN*.
- Susanto, D., & Jailani, M. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Syafrina, A. E., & Sukmawati, D. (2022). The Campaign as A Tale: Pelatihan Penggunaan Teknik Storytelling dalam Kampanye Marketing Communication Yayasan Kakak Asuh Bekasi. *International Journal of Community Service Learning*, 6(4). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i4.53062>
- Trisakti, F. A., & Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>
- Utama, I. P. A. P., Artawan, C. A., & Indira, W. (2022). PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI SILVERHAND.ID CLOTHING COMPANY. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(01). <https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i01.1046>
- Widianingsih, Y., & Cahyani, I. P. (2020). Digital Storytelling Melalui Media Sosial dalam Aktivitas Kehumasan Pada Perguruan Tinggi Alih Status. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 109. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.16446>
- Wisnubrata. (2024a). *Aroma Kayu dalam Parfum, Memberi Kehangatan yang Kompleks*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2024/08/29/112625220/aroma-kayu-dalam-parfum-memberi-kehangatan-yang-kompleks?page=all>
- Wisnubrata. (2024b). *Mengenal Aroma Floral Fruity Gourmand, Seperti Apa Wanginya?* <https://lifestyle.kompas.com/read/2024/02/17/123437920/mengenal-aroma-floral-fruity-gourmand-seperti-apa-wanginya>
- Wiyono, E. (2021). Desain Interior Pada Konteks Kebudayaan. *GESTALT*, 3(1).

- Wulandari, S., & Siregar, E. D. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) Dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 04(1).
- Yuda Syafitri, F., Franzia Jasjfi, E., & Syarief, A. (2023). *IDENTIFIKASI WARNA PASTEL PADA KEMASAN KOSMETIK REMAJA WANITA THE INFLUENCE OF PASTEL COLORS ON COSMETIC PRODUCTS ON ADOLESCENT FEMALE CONSUMER DECISIONS*. 6(2), 2023. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i2.17609>
- Yudhanto, S. H., Risdianto, F., & Artanto, A. T. (2023). Cultural and Communication Approaches in the Design of Visual Communication Design Works. *Journal of Linguistics, Culture and Communication*, 1(1). <https://doi.org/10.61320/jolcc.v1i1.79-90>
- Zulfikasari, S., Wardi, W., & Windiyantono, W. A. (2021). Keterterapan Media Virtual Reality (VR) dilihat dari Persepsi Mahasiswa dalam Pembelajaran di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 38(2).