

DAFTAR PUSTAKA

- A. Fatih Syuhud, "Wanita Shalihah Wanita Modern", (Pustaka Al Khoiroh, 2009). <https://www.fatihsyuhud.net/wanita/>
- A. Malik Madany, "Syukur dalam Perspektif al-Qur'an", *Az Zaqqa'* 7, no. 1 (2015): 3, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/1491>
- Adhita Maharani Dewi, "Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal", *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3, no 1 (2018): 2, <https://core.ac.uk/download/pdf/291814359.pdf>
- Admin Penerbit Erlangga, "Menentukan Makna Kata Dan Kalimat Dalam Teks", 31 Januari 2020 10:54, <https://erlangga.co.id/materi-belajar/smp/11147-menentukan-makna-kata-dan-kalimat-dalam-teks.html>
- Agus Fakhruddin, Ellitte Millenita Umbarani, "Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains", *Dinamika Sosial Budaya* 23, no.1, (2021): 125, <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2974>
- Ahmad Edwar, "Akhlahk Perilaku Iklan Dalam Prespektif Bisnis Islam", *Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 20, no 1 (2021): 31, file:///E:/20640-62016-1-SM%20(1).pdf
- Ahmad Muslimin, "Iddahdan Ihdad Wanita Modern", *Mahkamah* 2, no. 2, (2017): 228, <https://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jm/article/view/163>
- Ai Purnamasari dan Ekasatya Aldila Afriansyah, "Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren", *Jurnal Pendidikan Matematika* 01, no 02 (2021): 207-222, https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/plusminus/article/view/pv1n2_02/848
- Aji Purnamasari dan Ekasatya Aldila Afriansyah, "Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren", *Jurnal Pendidikan Matematika* 01, no 02 (2021): 207-222, https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/plusminus/article/view/pv1n2_02/848

- Al Quran Ali Imran 139, Al Quran dan Terjemahnya, <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-139>
- Aldina Shiratina, Deru R Indika, Imas Komariyah, Dewi Kania, Eka Hendriani Solihin, “Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital”, *Jurnal Sain Manajemen* 1, no. 2, (2020): 18, <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/184/122>,
- Alex sobur, “Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis
- Ambar Lukitaningsih, “Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 13, no. 2, (2013):116 – 129, <https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>
- Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia”, *Publiciana* 9, no 1, (2016): 140, <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Ananya Larasati, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati, “Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan”, *Al Maal Journal of Islamic Economics and Banking* 1 no 1 (2019): 48 – 64, <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/1815/1155>
- Asep Nanang Yuhanna dan Fadlilah Aisyah Aminy, “Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa”, *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no 1 (2019): 92, <https://www.riset-iaid.net/index.php/jppi/article/view/357>
- Bilal Prama Rizki, “Wajah Islam Dalam Iklan Perumahan”, *Fakultas Psikologo Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, (2019): <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/18500>
- Dadan Suherdiana, “Konsep Dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce”, *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 12 (2008): 374, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/399>

- Dadan Suherdiana, “Konsep Dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Peirce”, *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 12, (2008): 385, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/399>
- Dinda Sekar Puspitarini, reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Jurnal Common* 03, no 1 (2019): 72, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Ellitte Millenitta Umbarani dan Agus Fakhruddin, “Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains”, *Dinamika Sosial Budaya* 23, no.1 (2021): 115 – 125, <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2974>
- Elma Sutriani dan Rika Oktaviani, “Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data”, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong (STAIN), (2019): 14, <https://osf.io/preprints/inarxiv/3w6qs/>
- Emi Masyitah dan Kahar Karya Sarjana Harahap, “Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas”, *Jurnal Akutansi Dan Kontemporer* 1, no 8, (2018): 38, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JAKK/article/view/3826/3386>
- Encyclopaedia Britannica, “Charles Sanders Peirce American Philosopher And Scientist”, April 15 2022, [https://www.britannica.com/biography/Charles-Sanders-Peirce#:~:text=Charles%20Sanders%20Peirce%2C%20\(born%20Sept,as%20a%20method%20of%20research](https://www.britannica.com/biography/Charles-Sanders-Peirce#:~:text=Charles%20Sanders%20Peirce%2C%20(born%20Sept,as%20a%20method%20of%20research)
- Eriyanto, Analisis Wacana: *Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2001), hlm. 113.
- Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi dan Media Sosia”, *The Messenger* 3, no 1 (2011): 71, <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270/172>
- Ersa NurOktavia, dkk, “Representasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London” *Jurnal Audiens* 1, no. 2 (2020): 157, <https://journal.umy.ac.id/index.php/ja/article/download/8724/5720>

- Fatmawati, "Representasi perempuan islam dalam iklan fair and lovely versi nikah atau S2", *Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (2017): 73, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/35322>
- Haevah Reza Amri, "Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen", *Haevahet al. Jurnal Sistem Cerdas* 03, no 02 (2020): 241-252, <https://apic.id/jurnal/index.php/jsc/article/view/86>
- Hasnun Jauhari Ritonga, "Manajemen Waktu Dalam Islam", *Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen* 7, no. 1 (2019): 52, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/idarah/article/view/7548>
- Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika, "Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian", *Jurnal Homepage* 01, no 03 (2017): 181, <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1556/1722>
- Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika, "Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian", *Jurnal Homepage* 01, no 03 (2017): 181, <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1556/1722>
- Hoiriyah, "Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Harga Terhadap Pembelian Ms Glow", *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, no 02 (2021): 115, <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/11590/5905>
- I Gusti Agung Mirah Laksmiari, "Kedudukan Hukum Selebgram Yang Turut Serta Menyiarkan Iklan Pada Platform Sosial Media Instagram Pribadinya", *Jurnal Kertha Desa* 8, no. 5, (2021): 41-52, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/view/63361>
- James R. Sitomurang, "Mengapa Harus Iklan?", *Jurnal Administrasi Bisnis* 04, no 02, (2008): 99, <https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/1724>

- Kurniawan Yunus Ariyono, Sukma Irdiana, Mohammad Noor Khairullah, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah”, *Journal of Innovation Research and Knowledge* 03, no.2 (2023): 54, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/6019/4640>
- Laksmi Kusuma Wardani, “Fungsi, Makna, Dan Simbol”, *Seminar Jelajah Arsitektur Nusantara 101010*, Hal. XIX-6, <http://repository.petra.ac.id/17181/>
- Lexy. J Moleong, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, Cet. IIIV; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, (2016): 6.
- Lika Rusli Virga, “Representasi Gaya Hidup Wanita Muslim Indonesia dalam Iklan Televisi”, *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 2, no. 2, (2018): 215, <https://www.neliti.com/id/publications/300509/representasi-gaya-hidup-wanita-muslim-indonesia-dalam-iklan-televisi>
- Lini Yuliza, “Trend Berpakaian Masa Kini Mengubah Fungsi Busana Muslimah Di Kalangan Wanita Muslim”, *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam* 1, no 1 (2021): 2, <http://studentjournal.iaincurup.ac.id/index.php/guau/article/view/13/13>
- Michelle Wifalin, “Efektivitas Instagram Common Grounds”, *Jurnal e-komunikasi* 4, no.1 (2016):2, <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4853>
- Moh Dahlan, “Geneologi Islamisme di Kalangan Muslim Millennial Indonesia” *El-Afkar* 9, no. 1 (2020): 7, <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/elafkar/article/view/3234>
- Muhammad Nasrullah, “Islamic Branding, Religiustas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk”, *Jurnal Hukum Islam* 13, no 2 (2015): 79-87, <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>
- Murti Candra Dewi, “Representasi Pakaian Muslimah Dalam Iklan”, *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 06, no.2 (2013): 63, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1171>

- Navi; Syahrudin Inaya, "Representasi Konsep Halal Pada Iklan Kosmetik Halal", *Jurnal BAPALA*, no 3 (2023):6, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/54702>
- Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no 2, (2017): 211, <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219>
- Nurul Najihah Binti Mohamad Shokri, "Etika Berpakaian Di Dalam Iklan Menurut Perspektif Islam", *jurnal justisia* 07, no 2 (2022): 440, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Justisia/article/view/15693/pdf>
- Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, no 02 (2016): 84, <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/398/367>
- Premita Lisawati, "Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Menggunakan Metode", *Jurnal Ekonomi Bisnis* 21, no.3 (2016): 154, <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/1514-3490-1-SM.pdf>
- Putri Prima Soraya, "10 Kelebihan Iklan di Media Sosial yang Bisa Anda Dapatkan", *Digital Marketing*, 18 januari 2018, <https://dotnextdigital.com/kelebihan-iklan-di-media-sosial/#:~:text=Kelebihan%20iklan%20media%20sosial%20adalah,pemasaran%20secara%20organik%20di%20Instagram.>
- Rachmat Djoko Pradopo, "Semiotika: Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Pemaknaan Sastra", *Humaniora*, no 10, (1999): 76, <https://journal.ugm.ac.id/jurnal-humaniora/article/view/628>
- Rahardjo dan Mudjia, "Triangulasi dalam penelitian kualitatif", *Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, (2010): 1, <http://repository.uin-malang.ac.id/1133/>
- Rahmawati, "Citra Perempuan Berhijab Dalam Iklan Televisi, Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik pada

- Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Hal. 26, http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8757/1/SKRIPSI%20RAHMAWATI_Optimized.pdf
- Rahmawati, "Citra Perempuan Berhijab Dalam Iklan Televisi", Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Hal. 13, http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8757/1/SKRIPSI%20RAHMAWATI_Optimized.pdf
- Ramsiah Tasruddin, "Tren Periklanan Di Media Sosial", *Jurnal Komodifikasi* 5, no 15 (2017): 16, <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/5504>
- Resa Nurlaela Anwar, "Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ecommerce Fashion Muslim Hijab Di Jakarta", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwipaya* 6. no. 1 (2018): 75, <https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/JMBK/article/view/169/0>
- Riduawan, "Metode Teknik Penyusunan Tesis", *Alfabeta*, (2006): 105, <https://cvalfabeta.com/product/metode-dan-teknik-menyusun-tesis/>
- Rika Lusri Virga, "Representasi Gaya Hidup Wanita Muslim Indonesia Dalam Iklan Televisi", *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 02, no 02 (2018): 209, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/panangkaran/article/view/0202-02/1486>
- Rina Wahyu Winarni, "Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan", *Deiksis* 02, no. 2 (2010): 137, <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/399/702>
- Rohmad Qomari, "Teknik Penelusuran Analisis Data Kuantitatif dalam Penelitian Kependidikan", *Jurnal Pemikiran Altrnatiif Pendidikan* 14, no 3 (2019): 1, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/insania/article/view/372>
- Ruwiah A. Buhungo, "Wanita Dan Kepemimpinan Dalam Pendidikan Islam Diera Kehidupan Modern", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no 2 (2017): 56,

<http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/tjmpi/article/download/389/306>

- Sarif Hidayat, Hari Suryantoro, dan Jansen Wiratama, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia", *Jurnal Simetris* 8, no 2 (2017): 419, <file:///C:/Users/RAHMA/Downloads/1165-5360-1-PB.pdf>
- Selvy Maria Widuhung, "Representasi Perempuan Dalam Iklan (Tinjauan Etika Periklanan Iklan StarMaker di Televisi)", *Jurnal Publik Relations* 1, no 2 (2020), 103, <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/260/103>
- Semiotika, dan Analisis Framing" (Cet. IV; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 95-96, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/10114/analisis-teks-media-suatu-pengantar-untuk-analisis-wacana-analisis-semiotik-dan-analisis-framing.html>
- Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Bandung", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, no 2 (2019): 6, https://www.researchgate.net/profile/Setiawan-Setiawan-7/publication/338376053_PERILAKU_KONSUMEN_DALAM_MEMBELI_PRODUK_HALAL_DI_KOTA
- Sovia Wulandari, Erik D Siregar, "Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce", *Jurnal Ilmu Humaniora* 4, no. 1, (2020), <https://online-journal.unja.ac.id/titian/article/download/9554/5556>
- Suwarno, "Representasi Makna Visual Poster Film", *Journal Communication* 5, no. 2, (2014): 105, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/31>
- Syabbul Bahri, "Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam", *Epistemé* 8, no. 1 (2013): 142, <https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/epis/article/view/41>
- Syarifah Md Yusof, "Usahawan Wanita Muslim Berjaya: Amalan Gaya Hidup Islam", *International Journal of Islamic Business* 3, no 1 (2018): 01-18, <https://ejournal.uum.edu.my/index.php/ijib/article/view/13327/3028>

- Tito Siswanto, "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah", *Jurnal Liquidity* 02, no. 1 (2013): 82, <https://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/download/134/99>
- Trisna Negari, Roro Retno Wulan, Itca Istia Wahyuni, "Penggunaan Kata Halal Dalam Iklan Televisi Wardah Versi Halal Dari Awal –Purity", *e-Proceeding of Management* 04, no 01 (2017):955, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4685/4445>
- Warto, Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", *Al Maal* 2, no. 1, Juli (2020): 100, <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>
- Yasinta Fauziah Novitasari, "Jilbab Sebagai Gaya Hidup", *Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant* 4, no 1 (2014): 3, <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/view/3620>
- Yustika Irfani Lindawati, "Fashion dan Gaya Hidup: Representasi Citra Muslimah Cantik, Modis dan Fashionable dalam Iklan Wardah", *Jurnal Hermeneutika* 5, no 2, (2019): 59-68, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Hermeneutika/article/view/7387/4976>
- Zayyan Syafika Mumtaz dan Saino, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan", *jurnal Manajemen* 13, no 2 (2021): 283, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9716/1330>