

Daftar Pustaka

- During, S. (ed.). 1993 *The Cultural Studies Reader, encodingm Decoding*. New York.
Routledge
- Fenton, Natalie. (ed.). 2010 *New Media, Old News: Journalism %democracy in the Digital Age*. SAGE Publication.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank. (1997). Perkampanyean. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, Novi. 2004. Representasi Maskulinitas dalam Kampanye. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 8 (17-36).
- Lexy. J. Moleong. 1996. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1997. *Audiens Analysis*, London: SAGE Publications, Inc
- Miles, B, Matthew & Huberman, A, Michael. *Qualitive data analysis*. London: SAGE Publication
- Moris, Alan. 2018. *The What and Why of In-depth Interview in: A Practical Introduction to in-depth Interviewing*. SAGE Publication. Ltd.
- Morissan. 2014. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nugroho, Setiadi J. 2003. Perilaku konsumen. Jakarta:Prenada Media.
- Rahmat Jalaludin. 1996. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT Remaja

Rosdakarya.

Webster. Phalen & Lichty. 2006. *Rating Analysis: The Theory and Practice of*

Auidience Research. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Edisi ke-3