

DAFTAR PUSTAKA

- Bennet, A. G. (2010). *The Big Book of Marketing: Lessons and The Best Practice from The World's Greatest Company*. New York: MC Grow Hill.
- Budiman, K. (1999). *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: LKIS.
- Djayakusuma, T. (1982). *Periklanan*. Bandung: Armico.
- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11.
- Fiske, J. (1990). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hall, S. (2013). *The Work of Representation*. London: Sage Publication Inc.
- Istanto, F. H. (2000). Gambar Sebagai Media Visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan-Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kissane, E. (2011). *The Element of Content Strategy*. New York: Jeffrey Zeldman.
- Kotler, P. (2017). *marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Canada: Wiley.
- Littlejohn, S. W. (1996). *Teori Komunikasi*. Belmont: Woodworth.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mahfoedz, M. (2010). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Maimunah, L. S., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. *Jurnal CCIT*.
- McCabe, S. (2009). *Marketing Communications in Tourism and Hospitality*. Kidlington: Elsevier.
- Moorisan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Richmond, & McCroskey. (2009). *Organizational Communication for Survival: Making Work, Work 4th Edition*. Birmingham: University of Alabama.

- Setianto, W. A. (2004). *Interpretasi Budaya dalam Iklan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan, Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Sobur, A. (2002). Berbincang tentang Semiotika. *Mediator Vol. 3 No. 1*, 30.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryana , L., Sunarya, P. A., & Assyifa, J. D. (2015). Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Raha Raja. *Creative Communication and Innovative Technology Journal* , 77-86.
- Sutrisno, & Putranto. (2005). *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tanjung, Y. C., & Marta, R. F. (2017). Nilai Eksklusivitas Dalam Karya Foto Cover Majalah Tempo Edisi 4351 Tentang Kasus Bom Sarinah 2016. *Jurnal Komunikasi. Vol. 8, No. 1*, 112.