

DAFTAR PUSTAKA

- Didit Widiatmoko Soewardikoen. 2021. Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual
- Morrison, M. A. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cetakan Pe). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. 2003. Periklanan dan Promosi. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyama, K. A. (2011). *The Dentsu Way : Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising. New York: Mc Graw Hill Profesional.*
- Huda, Arifin Miftakhul., Wirasari, Ira., Nurbani, Sri. (2019). e-Proceeding of Art & Design: Perancangan Promosi Samsung Galaxy A6. 6 (2), 1557.
- Natalia, Desi., Nurfebriaraning, Sylvie. (2020). e-Proceeding of Management: Analisis Tahapan Strategi Kreatif dan Strategi Kreatif Pesan Iklan "Ankle Week" Pada Instagram Kasual Periode Iklan 15 Juli-29 Juli 2020. 8 (6), 8876.
- Putri, Nanda H., Sari, Novita. S., & Rahmah, Nurul. (2022). JIMT. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES RISET KONSUMEN: TARGET PASAR, PERILAKU PEMBELIAN DAN PERMINTAAN PASAR(LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN), 3(5), 506. Dinasti Review.
- Purwaningwulan, Melly M. (2012) Majalah Ilmiah UNIKOM: Daya Tarik Pesan Humor. 10 (1).
- Rizkavirwan, Darfi (2020) Analisis Strategi kreatif Visualisasi Iklan Kampanye Calon Gubernur DKI tahun 2016.
- Amanah, Dita., Harahap, Dedy A. (2018) Jurnal Manajemen Teori dan Terapan: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. 11 (3).
- Herdana, Auditya (2015) Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance(Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta).

Millerson, Gerald. & Owens, Jim. (2009). *Television Production (14th Edition)*. New York: Routledge.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management (14th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.

M.suyanto. (2012). *Pengantar Teknologi infomasi untuk bisnis*. Yogyakarta: Andi.