

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A. David (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*, Jakarta: Mitra Utama.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*, Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Barkah, Gatot S. (2023). Seminar Nasional Desain dan Media. *Analisis Iklan Energen (Aktif Setiap Hari) 2022 Menggunakan Teori Roland Barthes*. 1165. Universitas Indraprasta PGRI.
- Brown, Blain. (2022). *cinematography theory and practice for cinematographers and directors blain brown*. New York: Routledge
- Cahyadi, Ridho, Hafiz, Ahsan P. & Putri, Nurrahma S. (2024). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen. PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUMBER JAYA JANGKRIK DI KOMUNITAS BURUNG KICAU DI KOTA JAMBI, 2(3), 156.
- Dhikarey. (2022). *Nulis Novel Versi Gampang*. Cirebon: CV Faza Citra Production.
- Ghifari, Hilal I. A., Nurbani, Sri, & Pamela, Apsari Wiba. (2021). *e-Proceeding of Art & Design*. PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PIZZA HOTZZ DI KABUPATEN CIREBON, 8(3), 1305.
- Hanggraito, Ahmadintya A. & Sanjiwani, Ni M. G. (2020). *Journal of Tourism and Creativity*. TREN SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU WISATAWAN TAMAN BUNGA AMARYLLIS DI ERA 4.0, 4(1), 47.
- Hoser, Tania. (2018). *Introduction to Cinematography: Learning Through Practice*. New York: Routledge.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management (14th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurniawan, Viki, Susahnthi, Nyoman L., & Suratni, Ni W. (2022). JURNAL CALACCITRA. *MANAJEMEN PRODUKSI PADA CV. BOOM PRO PADA PEMBUATAN IKLAN VIDEO PERTAMINA WORLD SUPER BIKE (WSBK) 2021*, 2(1), 57. LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Mascelli, Joseph V. (1965). *The Five C's of Cinematography - Motion Picture Filming Techniques*
- Millerson, Gerald. & Owens, Jim. (2009). *Television Production (14th Edition)*. New York: Routledge.

- Morrison, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cetakan Pe)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noviansyah, Mohammad D., Widyasari, Yolanda, & Dwiyantri, Fitri. (2023). Seminar Nasional Desain dan Media. *Persepsi Citra Dibalik Uniknya Iklan Televisi Minuman Good Mood 2017*. 1095. Universitas Indraprasta PGRI.
- Owens, Jim. (2017). *Video Production Handbook (6th Edition)*. New York: Taylor and Francis.
- 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.
- Rinaldi, Raihan N., Ilhamsyah, & Muthmainnah, Ligar. (2023). *e-Proceeding of Art & Design*. STRATEGI KREATIF PERANCANGAN PROMOSI CAKUP UPSKILL SEBAGAI PLATFORM KURSUS ONLINE PENINGKATAN SKILL UNTUK FRESH GRADUATE DI BANDUNG, 10(6), 12108.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Soewardikoen, Didit W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*.
- Sugiyama, Kotaro. & Andree, Tim. (2011). *The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, United States: McGraw Hill Professional.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Suyanto, Mohammad. (2020). *Cinematography Of Oscar Winner And Box Office*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningsih, Sri. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM Press.
- Warsono. (2020). Jurnal Teknik Industri. *Analisis Ketertarikan Pemirsa Terhadap Penayangan Iklan Di Televisi (Studi Kasus Iklan Rokok untuk Pemirsa di Wilayah Surabaya)*, 23(1), 2.
- Wijoseno, Adam, Wijastuti, Sri, & Purwanto, Agus. (2021). Jurnal Ganeshwara. *PENGARUH VISUALISASI IKLAN TV TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN "PRODUK INDOFOOD" PADA MASYARAKAT DESA NGREDEN KECAMATAN WONOSARI KABUPATEN KLATEN*, 1(2), 1-3.