

## DAFTAR PUSTAKA

- 3Motion. (2019, Februari 7). *Web Series sebagai Sarana Pemasaran, Kenapa Tidak?* Retrieved Januari 2020, from 3Motion:  
<https://www.3motion.co.id/berita/detail/6/web-series-sebagai-sarana-pemasaran-kenapa-tidak>
- Ardhian Nurhadi, A. H. (2019). Analisis Unsur Semiotika dalam Naskah Drama "RT Nol RW Nol" Karya Iwan Simatupang. *Jurnal Lensa*. Retrieved from <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/lensa/article/view/4389>
- Belch, G. E. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill Irwin Book Company.
- Bhasin, K. (1996). *Menggugat Patriarki : Pengantar Tentang Persoalan Dominasi Terhadap Kaum Perempuan*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Devy, S. (2018). Hubungan Kualitas Sperma Pada Perokok. *Jurnal Kesmas & Gizi*, 41.
- E. M. Setiadi, U. K. (2011). *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana.
- Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jakopvi, H. (2015). YouTube's Role in Destination Image Creation. *Journal of Education Culture and Society*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moriarty, M. &. (2009). *Advertising, Principles & Practice*. New Jersey: Pearson.
- Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Panuju, R. (2019). The Comparison of Jokowi and Prabowo Subianto Exposed on YouTube. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Pratiwi, A. (2018). Representasi Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai) . *Profetik Jurnal Komunikasi*.
- Slim, T. (2019). *Tropicana Slim*. Retrieved from <https://www.facebook.com/tropicanaslim/photos/a.827450277278618/2462246737132289/?type=3&theater>
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Taprial, V. &. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Tutik Rahayu, S. W. (2019). Respon Psikologis Pada Perempuan Pasca Keguguran. *NURSCOPE*, 18.

- Websindo. (2019). *Indonesia Digital 2019: Media Sosial*. Retrieved from <https://websindo.com/?s=indonesia+digital+2019+media+sosial>
- Wenats, A. E. (2012). *Success Story Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wikipedia. (2019). *YouTube*. Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- Zehra Gokce Sel, G. A. (2019). Advertising Events: Content And Semiotic Analyses Of Cannes Film Festival Posters .

