

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Bab Buku

- Allen, J. (2007). *The executive's guide to corporate events and business entertaining: how to choose and use corporate functions to increase brand awareness, develop new business, nurture customer loyalty and drive growth*. John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- Belch, E G. & Belch, A M. (2004). *An Integrated Marketing Communications Perspective*. 6th Ed. McGraw Hill.
- Bressoud, E.E & Lehu, J. M. (2007). *The Product Placement Efficiency As A Result of A Relationship Between A Spectator and A Movie*. Portugal.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar*. Proffesional Books.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti
- Karlinah, S., Soemirat, B. dan Komala, L. (1999). *Komunikasi Massa*. Universitas Terbuka.
- Latief, Y. I. (1996). *Bahasa dan kekuasaan*. Mizan
- Moriarty, S..., Mitchell, N. dan Wells, W. (2009). *Advertising Seri Kedelapan*. Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, A. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.

- Prabasmoro, A. P. (2006). *Becoming white: representasi ras, kelas, feminitas, dan globalitas dalam iklan sabun*. Jalasutra
- Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Bangsa
- Sutherland & Sylvester. (2005). *Advertising and the mind of the consumer*. Gramedia Pustaka Umum
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.: Alfabeta
- Tellis, G. J. & Amber, T. (2007). *The SAGE Handbook of Advertising*. Sage Publications.
- Wijaya, B. S. (2019). *Riset Komunikasi Merek*. UB Press
- Widjaja, H. (2005). *Penyelenggaraan otonomi daerah di Indonesia dalam rangka sosialisasi UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah*. Raja grafindo persada.
- Winarni. (2003). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Universitas Muhammadiyah Malang

Jurnal dan Prosiding

- Allan, D. (2011). They're Playing My Brand Product Placement in Popular Music. *International Journal of Integrated Marketing Communications*, 40-46
- Gupta, P. B. & Gould, S. J. (1997). Consumers' Perceptions of the Ethics and Acceptability of Product Placements in Movies: Product Category and Individual Differences. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 19(1), 37-50.
<https://doi.org/10.1080/10641734.1997.10505056>

- Hassanah, S. Z., Sjachro, D. W., & Mahameruaji, J. N. (2019). Di balik Branded Web Series kategori drama fiksi karya Yandy Laurens. *ProTVF*, 3(2), 126-140. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.23657>
- Hudson, S. & Hudson, D. (2006). Branded Entertainment: A New Advertising Technique or Product Placement in Disguise? *Journal of Marketing Management*, 22(5-6), 489-504. <https://doi.org/10.1362/026725706777978703>
- Karrh, J. A. (1995), Brand Placements in Feature Films: The Practitioner's View. *Proceedings of the Conference of the American Academy of Advertising*, Waco, TX, pp. 182-188.
- Miranti, P. (2005). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi perempuan tentang kecantikan dalam iklan pemutih kulit di televisi. *Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi*, 4(2), 164-188. <http://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=90974&lokasi=lokal>
- Musaffak. (2015). Analisis Wacana Iklan Makanan dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 224-232. <https://doi.org/10.22219/kembara.v1i2.2618>
- Wijaya, B. S. (2011). Model Komunikasi Berasa dalam Pemasaran: Studi Mengenai Iklan Ambient Media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen. *Journal Communication Spectrum*, 1(1),
- Wijaya, B. S. (2020). Brand Discourse Analysis (BDA): Conceptual and Methodological Propositions. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 2(1), 39-50. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v2i1.93>
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi

Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16-22. <http://dx.doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.1-7>

Williams, K., Petrosky, A., Edward Hernandez, E., & Page, R. (2011). Product placement effectiveness: revisited and renewed. *Journal of Management and Marketing Research*.
https://www.researchgate.net/publication/266733618_Product_Placement_Effectiveness_Revisited_and_Renewed

Skripsi/Tesis/Paten

Tressia, D. (2012). *Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung*. Skripsi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung.

Santoso, B. B. (2011). *Kreatifitas Iklan Produk Perawatan Wajah Wanita (Analisis Isi Elemen Kreatif Iklan Produk Perawatan Wajah Wanita di Tabloid NOVA Edisi Januari-Juni 2011)*. Thesis, UPN "Veteran" Yogyakarta.

Wijaya, B. S. (2020). Brand Discourse Analysis (Teori dan Metode Analisis Wacana Merek). *ID Patent No: 000266066*. Dirjen HaKI, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia

Sumber Elektronik/Internet

Chesta, F. (2021, 17 Agustus). *Iklan POND'S white beauty tahun 2005*. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=wzIZfQlyEio&feature=youtu.be>

Museum of Health Care (2005). *Pond's Extract [Advertising Brochure]*. Research Collection Catalogue. <https://mhc.andornot.com/en/permalink/artifact7194>

Pond's (n.d.). *Pond's*. <https://www.ponds.com/us/en/home.html>

Wannabemusicprod (2013, 11 Juli). *Afgan - Wajahmu Mengalihkan Duniaku (Official Music Video)*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=Z_17woj3JNE&feature=youtu.be