

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Bab Buku

- Basuki, S. (2000). *Asas-Asas Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Purnama, L. (2001). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walter, E., & Gioglio, J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Video, and Social Media to Market our Brand*. United States: McGraw Hill Education
- Durianto, D. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Marketing Management: The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P., Armstrong, G., Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing 17th ed.* (17th ed., Global Ed.). Harlow: Pearson.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Jakarta: UI Press
- Wijaya, B. S. (2019). *Riset Komunikasi Merek*. UB Press

### Jurnal dan Prosiding

- 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>
- Fauzi, A. (2018). Discourse Analysis Of Pond's Men's Advertising "Lelaki Masa Kini" Version Of Rio Dewanto. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 9 (2).
- Asrita, S., Rhizky, D. P. (2020). Wacana Product Placement Tropicana Slim dalam Branded Web Series. *IPTEK-KOM*. 22 (1), 109-123.

- Natashia, D. (2015). Wacana Iklan Parodi Jepang Fanta Gakuen Sensei Series. *Jurnal Lingua Cultura*. 9 (1).
- Pratami, R. (2020). Analisis Wacana Kritis Pada Penggunaan Bahasa Asing Dalam Iklan Televisi “Floridina”. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3 (2), 241-254.
- Susanti, K., Anto, P., Hidayati, A. N. (2019). Wacana Kritis Fairclough Dalam Teks Iklan Mana Tau: Indian Royal Coffee. *HORTATORI: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 3 (2), 111-1117.
- Marita, Y. F., Herawati, F. A. (2014). Gambaran Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Isu Lingkungan Dalam Iklan Korporat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1-15.
- Baharsyam, S., Wahyuti, T. (2022). Strategi Penggunaan Key Opinion Leader di Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Sania Royale Soya Oil. *Jurnal Konvergensi*. 3 (1), 244-256.
- Purnama, K. M., Semuel, H. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Credibility Terhadap Consumer Based Brand Equity Dan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pengiriman Logistic J&T. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 5 (2).
- Yusuf, K.K. & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat. *Interaksi Online*. 9(3).
- Rahayu, W. S. (2017). Penggunaan Storytelling Dalam Iklan LINE Webtoon Pada Sikap. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 5 (2).
- Mashitoh, S. F. S. I. (2019). Wacana Drama Korea Dalam Iklan Sprite Versi ‘Kenyataan Gak Kayak Drama Korea’. *Dewaruci: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*. 14(2). 57-68.
- Irawan, C. (2017). Analisis Isi Brand Identity Traveloka Melalui Iklan Televisi. *Jurnal E-Komunikasi*. 5(2).

### **Skripsi/Tesis/Paten**

- Sidhika, A. (2015). Penggunaan Unsur Drama Pada Iklan TV Untuk Meningkatkan Fungsi Iklan. (Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya, 2015) Diakses dari [http://repository.ub.ac.id/id/eprint/121711/1/Bab\\_4.pdf](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/121711/1/Bab_4.pdf)

- 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, B. S. (2020, 3 Juli). *BRAND DISCOURSE ANALYSIS (Teori dan Metode Analisis Wacana Merek)*. ID Patent: 000266066. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Republik Indonesia. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/EC00202139279?type=copyright&keyword=brand+discourse+analysis>
- Wijaya, B. S. (2011, 3 Juli). *MODEL INTERTEKSTUALITAS (Metode Triangulasi dan Validasi Data Penelitian Teksual)*. ID Patent: 000293953. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Republik Indonesia. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/EC00202144480?type=copyright&keyword=Model+Intertekstualitas>

#### Sumber Elektronik/Internet

- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. *Digital 2022*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Aprilia, P. (2020, Agustus 31). YouTube Ads: Panduan Lengkap Beriklan di Youtube untuk Pemula. [Unggahan blog]. Diakses dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/youtube-ads/>
- Gunadha, R., & Wismoyo, A, E. (2021, 14 Oktober). Viral Oknum Kurir Nakal Gasak Isi Paket, Barang yang Diambil Bukan Kaleng-Kaleng. [Berita online]. Diakses dari <https://www.suara.com/news/2021/10/14/170429/viral-oknum-kurir-nakal-gasak-isi-paket-barang-yang-diambil-bukan-kaleng-kaleng?page=all>
- Dwi. (2018, 3 Agustus). Karakteristik Pengguna Youtube di Indonesia. [Berita online]. Diakses dari <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/karakteristik-pengguna-youtube-di-indonesia/>