

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifan, B. P. F., dan Sudrajat, R. H. ANALISIS ISI PESAN MORAL DAN DAYA TARIK PESAN PADA IKLAN MARJAN BULAN RAMADHAN PERIODE 2010 – 2021. *E-Proceeding of Management*. 8 (5): 6632-6648.
- Arrie Widhayani, M. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, dan Poster*. Jawa Tengah: HM Publisher.
- Avianto, I. (2018). *MEMEDI SAWAH SEBAGAI IDE PENCIPTAAN SENI LUKIS*. Yogyakarta: UPT Perpustakaan ISI.
- Darma, R. 2020. 11 Cerita Manisnya Marjan. URL: <https://www.kompasiana.com/rina13/5eb2d238d541df2fc467f9f4/11-cerita-manisnya-marjan>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2023.
- Darmawan, Deni. (2021). *Dinamika Riset Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data (Cetakan ke-5.)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fatimah, M. S. (2019). ANALISIS NARATIF KAMPANYE PARIWISATA INDONESIA DALAM VIDEO IKLAN “WONDERFUL INDONESIA: THE JOURNEY TO A WONDERFUL WORLD”.
- Griffin, Em. (2018). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGrawHill.
- Hakim, B. (2005), *Lantaran Tapi Relevan*, Galangpress.
- Hakim, B. (2018). *Storytelling Beriklan Lewat Cerita*. 183-185.
- Hasanah, U. (2017). *Metodologi Penelitian. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT PADA LAHAN SEWA TADAH HUJAN (Studi Kasus Dusun Sobotuwo Kec. Brati Kab. Grobogan)*, 41.
- Helena, M. & Natalia, C., E. (2021). Pengaruh Efektivitas Iklan Youtube Terhadap Brand Image. *Journal of Southeast Asian Communication*, 123-140.

- Hermanto Agus, A. S. (2021). New normal: Dalam pesan iklan TV komersial Traveloka. *Jurnal Bahasa Rupa*.
- Hikmatul Hardani, H. A. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup. <https://repository.uin-suska.ac.id/5369/4/BAB%20III.pdf>. Diakses pada tanggal 20 September 2023.
- Hunadar, J. (2016). Kebaikan dan Keburukan. *El-Afkar* 5, no.2.
- Jokomono, M. (2014). Penerapan Jurnalisme Sastrawi dalam Kolom-Kolom Sepak Bola Amir Machmud N.S. pada Rubrik “Free Kick” di Suara Merdeka Edisi Minggu (Suatu Analisis Naratif).
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- KEMENDAG (2023, 8 Maret). Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022. <https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.
- Kustanto, L. (2015). ANALISIS NARATIF: KEMISKINAN DALAM PROGRAM REALITY TV “PEMBERIAN MISTERIUS” DI STASIUN SCTV. *Jurnal Rekam*, 5.
- Mayello, A. D. V. (2019). MODIFIKASI BENTUK CAPING.
- Mustaghfiro, L. (2018). ANALISIS NARATIF NILAI SOSIAL FILM MY STUPID BOSS.
- Nastiti, S. T. (2020). DEWI SRI DALAM KEPERCAYAAN MASYARAKAT INDONESIA. *Pusat Penelitian Arkeologi Nasional*, 2-4.
- Nielsen. (2023). Belanja iklan digital di Asia melonjak 64% pada tahun 2022, karena investasi iklan secara keseluruhan meningkat sebesar 12%\*. Nielsen AD Intel. Jakarta: Nielsen APAC.
- Salsabila. 2023. Tak Hanya Segar Untuk Berbuka Puasa, Data Penjualan 5 Top Brand Sirup Ini Juga Segar Selama Ramadhan 2023. URL: <https://compas.co.id/article/top-brand-sirup/#:~:text=Data%20penjualan%20sirup%20Marjan%20tercatat,%2C%20yakni%2031%2C85%25>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2023.
- Sari, D. N. (2022). SIAR ISLAM DALAM IKLAN ROKOK “RAMADAN” ANALISIS PARADIGMA NARATIF WALTER FISHER

- Sari, R., Najicha, U., F. (2022). *MEMAHAMI NILAI-NILAI PANCASILA SEBAGAI DASAR NEGARA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT. HARMONY* 7 (1).
- Sianipar, S. M., Djaya, L., Santosa, E., dkk. (2015). Populasi Hama Wereng Batang Coklat (*Nilaparvata lugens* Stal.) Dan Keragaman Serangga Predatornya Pada Padi Sawah Lahan Dataran Tinggi Di Desa Panyocokan, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. *Jurnal Agrikultura* 2015, 26 (2): 111-121.
- Smith, J. (2018). The Power of Storytelling in Advertising. *Journal of Marketing Communications*, 42(2), 157-173.
- Wawandhana, A. (2014). Teori Paradigma Naratif Walter Fisher. 10-15.
- West, R., dan Turner, L. H. 2008b. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widyasmarani, W. (2017). TINJAUAN NARATIF ATAS PROGRAM APAKABAR INDONESIA PAGI TVONE 23 MENIT “PETAKA SECANGKIR KOPI”.
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: FEB-UP Press.
- Wiwaha, R. P. 2022. Manis, 10 Top Brand Sirup terlaris di E-Commerce : Segarnya Sirup Marjan jadi Favorit Menemani Buka Puasa. URL: <https://compas.co.id/article/sirup-terlaris/>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2023.
- Yovanka, C. 2023. Strategi Pemasaran Viral Marjan Tiap Tahun. URL: <https://stories.briefer.id/2023/03/10/strategi-marketing-viral-marjan/>. Diakses pada 27 Juni 2023.
- Zuraya, N. 2022. Nielsen: Belanja Iklan Semester I 2022 Capai Rp 135 Triliun. URL: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rggbtn383/nielsen-belanja-iklan-semester-i-2022-capai-rp-135-triliun>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2023.