

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (n.d.). *PRESS RELEASE - Profil Terkini Internet Industri Indonesia*. Diakses dari APJII: <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/info-terkini/213.html> pada 24 November 2014.
- APJII. (n.d.). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2012*. Diakses dari APJII : <http://apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202012%20%28INDONESIA%29.pdf> pada 4 April 2015.
- Babin, Z. (2011). *Mempelajari Riset Pemasaran*. Kanada: Cengage Learning.
- Belch, George E & Belch, Michael A. (2004) *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. The McGraw-Hill Companies, 6th Edition.
- Blackwell, R., Dsouza, C., Tashian, M., & Minlard, P. (2007). *Consumer Behavior*. Australia: Thomson.
- Brand Engagement Google in The Participation Age*. (2014). Ad-Age Content Strategy Studio.
- Buckingham, I. P. (2008). *Brand Engagement: How Employess Make or Break Brands*. London: Palgrave Macmillan.
- Chaffey, D., & Bosomworth, D. (2012). *Creating a Social Media Marketing Plan*. Smart Insights.
- Danesi, Marcell. (2011). *Pesan, Tanda dan Makna*. Jogjakarta: Jalasutra.
- Desmedt, Nicole Everaert. *Peirce's Semiotics*. Diakses dari Signosemio : <http://www.signosemio.com/peirce/semiotics.asp> pada tanggal 9 Maret 2015
- Egan, John. (2007). *Marketing Communication*. South-Western Cengage Learning.
- Fajri, Setiawan A. (2014). *Flat Design dan Tren Desain Grafis Masa Kini*. Diakses dari HMVA-UI : <http://hmva-ui.com/flat-design-dan-tren-desain-grafis-saat-ini/> pada tanggal 20 Juli 2015.

- Fill, Chris. (1999). *Marketing Communication: Context, Contents, and Strategies*. Prentice Hall Europe, 2nd Edition.
- Fotaki, G., Gkerpini, N., & Triantou, A. I. (n.d.). *Online Customer Engagement Management A New Trend?*. Diakses dari Blueconic: <http://blueconic.gxsoftware.com/web/file?uuid=ca8bd618-b539-44da-99bc-850eca6ad351&owner=3bab4f10-8ec9-4ffb-a079-b74ca2f4736a&contentid=3324> pada tanggal 12 November 2014.
- Fungsi dan Peran Iklan*. Diakses dari Communicationista : <https://communicationista.wordpress.com/2009/07/01/fungsi-dan-peran-iklan/#comments> pada tanggal 20 Juli 2015.
- Griffin, Em. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Hadi, N. N. (2013, Februari 20). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 1998-2012 Versi APJII*. Diakses Nando Nurhadi: <http://nandonurhadi.wordpress.com/2013/02/20/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-1998-2012-versi-apjii/> pada tanggal 12 November 2014.
- Handoko, Tri. (2004). *Bayi Sebagai Model Ilustrasi Dalam Iklan Cetak*. Surabaya: Univeristas Kristen Petra.
- Harden, L., & Heyman, B. (2009). *Digital Engagement : Internet Marketing That Captures Customers and Builds Intense Brand Loyalty*. New York: Amacom.
- Holstein, William K. *Branding and Internet Marketing*. GSBA-Zurich.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Listening and Egaging in The Digital Marketing Ages*. (2011). Diakses dari Dell: <http://i.dell.com/sites/content/corporate/secure/en/Documents/listening-and-engaging-in-the-digital-marketing-age.pdf> pada tanggal November 12, 2014.
- Noel Levitz. *2014 E-Expectations Report The Online Preferences of College-Bound High School Seniors and Their Parents*. (2014). Diakses dari Omniupdate : [http://omniupdate.com/resources/pdfs/research/2014\\_eexpectations.pdf](http://omniupdate.com/resources/pdfs/research/2014_eexpectations.pdf) pada tanggal 4 April 2014.

- Marshall McLuhan Foresees The Global Village*. (n.d.). Diakses dari Living Internet: [http://www.livinginternet.com/i/i\\_mcluhan.htm](http://www.livinginternet.com/i/i_mcluhan.htm) pada 12 November 2014.
- Pincott, G. (2009, April). *Rules of Engagement*. Diakses dari Milward Brown: [http://www.millwardbrown.com/docs/default-source/insight-documents/points-of-view/MillwardBrown\\_POV\\_RulesOfEngagement.pdf](http://www.millwardbrown.com/docs/default-source/insight-documents/points-of-view/MillwardBrown_POV_RulesOfEngagement.pdf) pada 29 Januari 2015.
- Prawira, W. A. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Activation "Sejuta Momen Seru Oreo" Terhadap Brand Engagement Oreo Di Kota Bekasi*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. (2007). *Advertising and Promotion : International Student Edition*. Ohio: Thomson-South-Western.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Solis, Brian. (2011). *Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Solis, Brian. (2013). *What's The Future of Business*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- The Ultimate Guide to Online Branding and Building Authority Part 1 – Blogging*. (2011). Diakses dari Kissmetrics: <https://blog.kissmetrics.com/guide-to-online-branding-1/> pada tanggal 23 Juli 2015.
- Universitas Bakrie : Experience The Real Things*. Diakses dari universitas Bakrie : <http://www.bakrie.ac.id/en/> pada tanggal 21 Februari 2015 & 20 April 2015.
- Winarsih, Sintya. (2014). *Representasi Feminisme Dalam Media Untuk Pria Oleh Talkmen.com*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- We Are Social. (2014) *Asia-Pacific Digital Overview: We Are Social's Snapshot Of Key Digital Data & Statistics*.

Webometric, *Ranking Web of Universities / Indonesia*. Diakses dari <http://www.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20> pada tanggal 29 Januari 2015.