

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Rajawali Pers.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- Bittner, J. R. (1996). *Mass communication: An introduction*. Prentice Hall.
- Brown, B. (2016). *Cinematography: Theory and practice: Image making for cinematographers and directors*. Focal Press.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mascelli, J. V. (1998). *The five C's of cinematography: Motion picture filming techniques*. Silman-James Press.
- Miro. (2012). [*Judul sumber tidak tercantum dalam naskah*].
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2019). *Advertising & IMC: Principles and practice* (11th ed.). Pearson.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana Prenada Media Group.

Naratama. (2013). *Menjadi sutradara televisi: Dengan single dan multi camera*. Grasindo.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.

Suyanto, M. (2005). *Strategi perancangan iklan televisi perusahaan top dunia*. Andi.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.

Warpani, S. P. (2002). [*Judul sumber tidak tercantum dalam naskah*].

Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika komunikasi*. Mitra Wacana Media.