

DAFTAR PUSTAKA

- Afiati, A. I. (2015). Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pelatih Pendidikan Militer Tamtama TNI AD di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Diponegoro Kebumen). *Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 151, 10–17.
- Ahmad Rohmatullah. (2017). Analisis Framing Murray Edelman dalam Peristiwa Hadīth bi al-Ma‘nā. *Jurnal Keislaman Dan Humaniora*, 3(2).
- Badjuri, A. (2010). *Jurnaslitik Televisi*. Graha Ilmu.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (A. A. C. (ed.); 1st ed.). Andi.
- Dadang. (n.d.). *YouTube atau Televisi? - ITS News*. ITS News. Retrieved December 5, 2020, from <https://www.its.ac.id/news/2017/01/28/youtube-atau-televisi/>
- Edi Harapan, A. S. (2014). *Komunikasi antarpribadi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Elvinaro, A. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. (2014). *Analisis Framing (Kontruksi, Ideologi, dan Politik. Media)*. LKiS. Gita, Filosa dan Fajar.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (n.d.). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram. *Komunikasi KAREBA*, 2(5), 259–272.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram 123. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2).
- Fauzi, A. (2013). *Konstruksi Realitas Media Massa (Analisis Framing Pemberitaan Korupsi M. Nazaruddin di Harian Republika)*. 15.
- Gojek. (n.d.). *Iklan Gojek Edisi Ramadhan Cerita Hikayat Sang Musafir eBadah di Youtube*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=9x7Etcp4IXA>
- Halensiana, N., & Pramonojati, T. A. (2019). Budaya Lebaran di Indonesia dalam Masyarakat Tontonan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Ramayana Versi #KerenLahirBatin di Youtube). *E-Proceeding of Management*, 6(5), 55.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press.
- J.Moleong. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Johanes, L. (2013). Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Di Harian Media Indonesia Dan Koran Sindo. *E-Komunikasi*, 01, 10.
- Joko, S. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*. Rineka Cipta.
- Karyanti, R. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Moleong, J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Penerbit kencana.
- Muzakkir. (2018). Analisis Framing Dalam Pemberitaan Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 183–196. <https://doi.org/10.35308/source.v3i2.649>
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan (Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam pembelajaran)*. Kencana.
- Nurdiyanto, A. (2018). Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Mendapatkan Sponsorship Klub Sepak Bola (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Persebaya Surabaya FC Kompetisi 2017). *Digilib.Uinsby.Ac.Id*.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Pratama, N. W. (2018). Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesehatan Lingkungan Di Desa Rejeni Krembung Sidoarjo. *Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2, 227–249.
- Rachmat, J. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosda Karya.
- Rachmat Kriyantono. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group.
- Raviany. (2011). *Jurnal analisis pengaruh efektivitas iklan pesaing dan perilaku mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek pada konsumen tehbotol sosro*. 41.
- Rofiqoh, Y. I. (2018). Pesan Dakwah Dr. KH. Musta'in Syafi'i Dalam Program Acara Sentuhan Qalbu BBSTV Surabaya (Analisis Framing Model William A. Gamson dan Andre Modigliani). *Repository UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sihombing, Dedy Saputra, A. F. (2019). Pengaruh Periklanan Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada PT Samekarindo Indah, Balikpapan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 71(1), 71–80.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19. *Kalijaga*, 2(1), 14–34.
- Utami, I., & Ertanto, D. (2020). Tradisi Ramadhan dan Lebaran di Tengah Covid-19. *An-Nizom*, 5(2), 131–138.
- William Chitty, Nigel Barker, T. A. S. (2007). *Integrated Marketing Communication (Second Asi)*. Chengage Learning Australia Pty Limited.
- Yolanda, E. (2016). *Analisis Framing Berita Pembunuhan Wayan Mirna Salihin Pada Surat Kabar Harian Kompas Edisi Prarekonstruksi*.
- Yosal Iriantara, U. S. (2018). *Komunikasi Pendidikan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

