

## DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. (2002). *Pengantar Bisnis Modern. Edisi kesepuluh*. Jakarta: Liberty.
- Boyd, Harper W. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Burke. (1985). *Advertising in The Marketplace*. USA: McGraw-. Hill Inc.
- David Crystal. (1987). *The Cambridge Encyclopedia Language; Second Edition*. USA: Cambridge University Press.
- Bharata, Addy Sukma & Dendy Triadi. (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindi.
- Everett M Rogers & Lawrence Kincaid. (1981). *Communication Network: Towards a New Paradigm for Research*. USA: Free Press.
- Hafied Cangara. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Jhi Amri. (1988). *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kansil, C.S.T dan Christine Kansil. (2001). *Hukum Perusahaan Indonesia. (Aspek hukum dalam ekonomi)*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi kesembilan*. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Shannon, Claude and Weaver. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*.

Surianto Rustan, S. Sn. (2009). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.

Nuradi, 1996. *kamus istilah periklanan Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Tinarbuko Sumbo, 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra

Budiman Kris, 2011. *Semiotika visual, Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta:Jalasutra

Gumilar Setia, Sulasman, 2013. *Teori – Teori kebudayaan : dari Teori hingga Aplikasi*. Bandung : CV Pustaka Setia