

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Applegate, Edd. 2005. *Strategic Copywriting : How to Creat Effective Advertising*. USA: Rowman & Littlefield Publisher. Inc
- Burhan, Bungin. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Duncan, Tom. 2005. *Principle of Advertising and IMCI*. New York. NY, 10020: McGraw Hill Company.
- Effendi, Sofian. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Fuchs, Christian. 2014. *Social Media : A Critical Introduction*. London : SAGE
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Kasali, rhenald. 1992. *Manajemen periklanan : konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Indonesia : PT Macanan Jaya Cermerlang
- Kotler, Philip. 2010. *Marketing 3.0*. Indonesia : Gelora Aksara Pratama
- Lee, Monle & Johnson, Carla (1999). *Prinsip- prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Moleong, J Lexy. 2002. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: remaja rosdakarya
- Muktaf Mufarrih Zein. 2015. *Periklanan : sebuah pendekatan praktis*. Yogyakarta : Mata Padi Pressindo
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Jakarta : Simbisosa Rekatama Media.
- Shimp, A Terence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu edisi ke-5*. Jakarta : Erlangga

- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif : Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta:Suaka Media
- Sugiyama.K, Andree.T. (2011). *The Denstu Way : Secrets of Cross Switch Marketing from World's Most Innovative Advertising Agency*. New York:Mcgraw-Hill
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyanto, M. 2004. *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Jakarta : Andi
- Yusuf, Muri. A. 2014. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan edisi pertama*.Jakarta: Kencana

JURNAL

- Dacosta., Sugandi. 2017. *Strategi Kreatif Iklan dalam Pemanfaatan Webseries (Studi Kasus AXElerate : The Series AXE Indonesia oleh Makna Creative)*. Jurnal Management. Vol.4, No.1;1150-1155.
- Faisal, Mohammad. 2017. *Komunikasi Pemasaran Tugu Barbershop dengan Menggunakan Media Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.5,No.3;413-425.
- Ferdiana, Tresna., Wirasari, Ira., & Nurbani, Sri. 2017. *Analisis Strategi Kreatif Bukalapak di Media Sosial*. Jurnal Seni dan Design. Vol.4, No.2 ; 151-162.
- Fitria. Maya. 2014. *Kriteria Laki-laki Sholih*. Jurnal Psikologi Integratif. Vol. 2, No. 2; 59-71
- Isdianto. Budi, Irfansyah. Alfajri, Iqbal. 2014. *Analisis web series dalam Format film Pendek (Studi Kasus Web Series 'Malam Minggu Miko Episode Nissa')*.Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia. Vol.6. No.1;27-39
- Johannes .2016.*Advertising in social media: a review of empirical evidence*, International Journal of Advertising, 35:2, 266-300, DOI: 10.1080/02650487.2015.1021898
- Kurinia. Novi. 2004. *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 8, No. 1; 17-36
- Kurniadi, Dadang. 2017. *Pomade sebagai Identitas (Studi pada Komunitas Pomade Enthusiast Jogja)*. Jurnal Pendidikan Sosiologi. Vol. 6, No. 8; 1-15
- Lukitaningsih. Ambar. 2013. *Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*.Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 13, No. 2; 116- 129
- Margaretha. Yolla, Harianti. Asni. 2014. *Pengembangan Kreativitas Mahasiswa Dengan Menggunakan Metode Brainstorming dalam Mata Kuliah Kewirausahaan*. Jurnal Manajemen, Vol. 13, No. 2; 175-192
- Nurgayatri. Raisha. Ade. 2016. *Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira*. Jurnal Manajemen. Vol.3, No.3; 2679- 2687
- Oliveira de, Carvalho Morais Miguel. 2015. *The Impact of Different Appelas on The Performance of The Facebook Advert*. Dissertation submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of MSc in Business Administration at Catolica-Lisbon School of Business & Economics.
- Raditya. Alvin, dkk. 2014. *Perancangan Media Komunikasi Visual Gangs*

Barbershop di Bali. Vol.1, No.4; 1-13

Rahmi, Nella, Susanto. Perengki, 2013. *Pengaruh diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Fixie di Kota Padang*. Vol.2, No.1;59 -71

Setya, Dwi, Erikka. 2011. *Komunikasi dan Sosial media*. Vol.3, No.1:69-75

Wardyaningrum, Damayanti. 2012. *Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, Vol.1, No. 4;249-258

Wirawan. Wisnu, Hapsari. Dona. 2016. *Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement dalam Film Indonesia Studi Kasus : Brand Kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2*. Vol.12, No.2;69- 81

Ramadini. Ulla, Najah. Fitriyanun, Muhammad. 2015. *Implikasi Islam Untuk Pesan Iklan: Konteks Timur Tengah*. Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, Vol 11, No.1;44-66.

INTERNET

- Industribisnis.2017.*Pengguna Youtube di Indonesia Tembus 50 Juta*. Diunduh dari <http://industri.bisnis.com/read/20170824/105/683937/pengguna-youtube-di-indonesia-tembus-50-juta->
- Infokomputer. 2015. *Penggunaan konten Youtube Web Series untuk Materi Content Marketing*. Diunduh dari <https://infokomputer.grid.id/2015/05/fitur/penggunaan-video-web-series-untuk-materi-content-marketing/>
- Kominfo.2013. *Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Diunduh dari https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kompasiana. 2017. *SORE (Istri dari Masa Depan) Soft Selling via Web Series*. Diunduh dari https://www.kompasiana.com/dewi_puspa/sore-istri-dari-masa-depan-soft-selling-via-web-series_5935d34a20afbdb709410858
- Wearesocial.2018. *Digital in 2018: World's Internet users Pass The Billion Mark*. Diunduh dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>