

Daftar Pustaka

Buku

- Adhani, Rosihan. 2014. *Etika dan Komunikasi*. Banjarmasin: PT. Grafika Wangi Kalimantan.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bertens, K. 2000. *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Bungin, Burhan (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1995. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan: Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Johannsen, Richard L. 1996. *Etika Komunikasi*. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Junaedi, Fajar. 2019. *Etika Komunikasi Di Era Siber: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, A. Sony & Imam, Haryono Robert. 1991. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol: Edisi Sebelas*. Alih bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Krippendorff, Klaus. 1991. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi oleh Klaus Krippendorff, penerjemah, Farid Wajidi, -Ed 1. Cet 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2007. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Moriarty. Sandra, Mitchelll. Nancy, Wells. William. (2011). *Advertising*, (diterjemahkan oleh Triwibowo BS), Kencana, Jakarta.
- Muktaf, Muffarih, Zein. 2015. *Periklaan: Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Mufid, Muhammad. 2009. *Etika Filsafat Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana.

Siregar, Ashadi. 2006. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta.

Salam, Burhanuddin. 1997. *Etika Sosial: Asas Moral Dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta

Riduwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

River, I William. 2003. *Media Massa & Masyarakat Modern*: Edisi Kedua. Kencana Pranada Media Group.

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung: Nuansa.

Susanto. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: UNS Press.

Lain-lain

Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) 2014. *Etika Pariwara Indonesia*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia

Jurnal

Abdullah, Isnina Ashri (2017). *Analisis Iklan “Diskon Magic Bukalapak.com” Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia*. Dalam jurnal e-Proceeding of Management. Vol.4, No.1 April 2017. ISSN: 2355-9357. Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Telkom.

Adona, Fitri (2012) *Etika Bisnis Periklanan: Pelanggaran Pedoman Etis Dalam Iklan Televisi 2012*. Dalam Jurnal Polbisnis. Vol. 4 No. 2 Oktober 2012. ISSN 1858-3717. Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Padang.

Azizah, Mabarroh (2013). *Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam*. Dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume III, No.1 Juni 2013. Universitas Alma Ata. Yogyakarta.

- Geraldina Kumala, Felicia Goenawan, Vita Monica (2017). *Efektivitas Iklan Brighton di Jawa Pos pada Masyarakat Surabaya*. Dalam Jurnal E-Komunikasi. Vol 5. No.2 Tahun 2017. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Handayani, Luly Rinda (2016). *Analisis Isi Pesan Nasionalisme Pada Iklan Coca-Cola Reason to Believe Indonesia Tahun 2012*. Dalam Jurnal eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 4, No. 1, 2016: 101-104. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
- Hidayat Dadang Rahmat, Abdullah Aceng (2016) *Fenomena Iklan Baris Kesehatan di Surat Kabar Lokal*. Dalam Jurnal Kajian Komunikasi, Vol 2, No. 2, Desember 2014. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran. Bandung.
- Hidayat, Dadang Rahmat. Jurnal Komunikasi, vol. 3, Nomor 2, desember 2015:112. *Dinamika Pengobatan Alternatif di Televisi*. Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran.
- Irawan, Clarissa (2017). *Analisis Isi Brand Identity Traveloka Melalui Iklan Televisi*. Dalam Jurnal E-Komunikasi Vol 5. No.2 Tahun 2017. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Meliala, Robbikal Muntaha (2017) *Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Perguruan Tinggi di Youtube Berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia*. Dalam Jurnal IKRAITH-HUMANIORA, Vol 1, No. 2, November 2017. AKOM BSI Jakarta.
- Muslimin, Khoirul (2015). *Etika Iklan dan Kapitalisme Dalam Media Televisi*. Dalam Jurnal An-Nida, Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 7 No.1 Tahun 2015: 39-45. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Nahdatul Ulama Jepara.
- Trijayanto, Dadang & Syarifuddin. Buletin Pos dan Telekomunikasi, Vol.12 No.3 September 2014:231-240. *Analisis Isi SMS Iklan Layanan Telekomunikasi Operator Telkomsel, Indosat, dan Xl berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia Periode 2013*.

Website

www.pusatpemasanganiklan.com (2018)