

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Choliq Dahln. (2011). Hukum, Profesi Jurnalistik, dan Etika Media Massa. *Jurnal Hukum*, 25(1), 395.
- Aisyah, S., & Sudarso, A. (2021). Dasar-Dasar Periklanan. <https://www.researchgate.net/publication/353452000>
- Ayu, D., & Sintowoko, W. (2023). INDUSTRI FILM: PEMETAAN STRATEGI PERCEPATAN EKONOMI KREATIF NASIONAL MENUJU INDONESIA MAJU 2040. 15(1). <https://doi.org/10.33153/brikolase.v15i1.4989>
- Cantona, G., & Hendrastomo, G. (n.d.). PENGEMBANGAN FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN BAHAN AJAR MATA PELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X SMA/MA TAHUN AJARAN 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Fadheel Djamaly, M., Astini, R., & Asih, D. (2023). LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN FILM INDONESIA: ANALISIS KEPUASAN DAN NIAT BELI PENONTON. In *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* (Vol. 6, Issue 3).
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*.
- Muslimin, K., & Kom, M. I. (2022). *HUKUM DAN ETIKA JURNALISTK*. UNISNU PRESS.
- Panuju, R. (n.d.). *FILM SEBAGAI GEJALA KOMUNIKASI MASSA*.
- Purba, B., Gaspersz, S., Putriana, M. B. A., Hastuti, P., Sianturi, E., Widiastuti, D. R. Y. A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Yusmanizar, S. P., & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Wirawan, I. K. A., & Darmawan, I. D. M. (2020). *Produksi Video dan Televisi*. LP2MPP ISI Denpasar bekerjasama dengan Cakra Press

JURNAL

- Hamzah, R. E. (2018). WEB SERIES SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL TRAVELOKA. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 1, 361. <http://www.traveloka.com/>,
- Handanti, N., & Irawan, R. E. (2020). Peran Produser Dalam Pembuatan Film Pendek Fiksi Bergener Drama Delapan Warna Pelangi. In *Inter Community : Journal of Communication Empowerment* | (Vol. 2, Issue 2).

- Kustiawan, W., Hidayati, J., Nabila, F., Muthmainnah, I., Syahfitri, N., Anshori, B., & Dakwah dan Komunikasi, F. (2023). Radio Feature Dan Dokumentary. Barkah Anshori INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 3, 8313–8320.
- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. In Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan (Vol. 13, Issue 2).
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., Al-Fajar, A., Prihartini, A., Salsabila, R., Dini, O., Universitas, S., Negeri, I., Intan, R., & Bisrimustofa@radenintan, L. (2022). At Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam FUNGSI KOMUNIKASI MASSA DALAM FILM. <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Nugroho, S. (n.d.). Teknik Kreatif Produksi Film.
- Oktavianus, H. (2015). PENERIMAAN PENONTON TERHADAP PRAKTEK EKSORSIS DI DALAM FILM CONJURING. Jurnal E-Komunikasi, 3(2), 1–12. www.liberty.co.id
- Sandika, & Prasetyawati, H. (2020). PERAN PRODUCTION ASSISTANT DI CAHAYA HATI INDONESIA iNEWS. Inter Script: Journal of Creative Communication |, 2(2), 21–35.
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In Metode Penelitian Kualitatif (Vol. 3, Issue 17). <http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf>