

DAFTAR PUSTAKA

- Alfahrezya, Y. N. N. (2023). *ASPEK NILAI MORAL DALAM FILM PENDEK "TILIK 2018."*
- Andika Prayoga1, C. B. H. B. S. R. (2022). *5. Implementasi Metode Moora Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sepatu Sport Terbaik(Study Kasus Toko Gajah Mada Fun Shop). XI.*
- Ardanareswari, I. (2007). *Iklan Film dan Perubahan Kehidupan Sosial-Ekonomi Perkotaan 1950-1966.*
- Herlambang, R. W., Suharto, M., Marutama, T., & Sigi Prameswari, N. (2019). *NILAI ESTETIK PADA VIDEO SELANG MASA DAN SINEMATIK.*
- Institut Seni Indonesia Yogyakarta. (2024, November 12). *Merancang Film Iklan Bersama Sutradara Profesional di Mata Kuliah Audio Visual DKV ISI Yogyakarta.* Hoho.
- Jennifer Edson Escalas. (2008). *Narrative Processing: Building Consumer Connections to Brands.*
- Jianyu Ma, N. S. Y. W. (2023). *Tourism destination advertising: effect of storytelling and sensory stimuli on arousal and memorability.*
- Julia Anjarwati. (2023, February 6). *Teknik Pencahayaan Dalam Sinematografi Beserta Peralatannya - Shootnesia.*
- Juvenile.ss. (2024). *Awal Mula Fenomena Salomon.* Tiktok.
- K Miller. (2022, July 27). *Salomon Sneakers Are Fashion's Latest Obsession.* 07.27.2022. <https://www.lofficielusa.com/fashion/saloman-sneakers-trend-bella-hadid-street-style-hiking>
- Kurniawan, E. P., Karsam,), & Laksono, Y. T. (2022). *PENGAMBILAN GAMBAR DAN EDITING DALAM PRODUKSI FILM PENDEK BERGENRE DRAMA TENTANG MAKNA DAN FILOSOFI AKSARA JAWA BERJUDUL " "*.
- Limbong, E. G. (2021). *ELEMEN-ELEMEN IKLAN DALAM MENYAMPAIKAN PESAN KOMUNIKASI IKLAN XL BERJUDUL "PESAN UNTUK RAKA."*

- Lukitaningsih, A. (2013a). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 13, Issue 2).
- Lukitaningsih, A. (2013b). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Manajemen, J., Aliansi, B., & Rista, N. (2023). *PENGARUH MEDIA IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC MAREK HONDA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG* Oleh.
- Melisa. (2012). *UNIVERSITAS INDONESIA PENGGUNAAN STORYTELLING DALAM PROSES TERJADINYA WORD OF MOUTH PADA KAMPANYE PRODUK INDOMIE VERSI “CERITA INDOMIE” SKRIPSI MELISSA 0806317445 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI PROGRAM STUDI PERIKLANAN DEPOK JANUARI 2012.*
- Nugraha, P. M. (2019). *ARTIKEL JURNAL PENERAPAN SOUND EFFECT DENGAN GAYA HYPERREALITY DALAM FILM FIKSI “MALAM MINGGU KLIWON.”*
- P. Ladipo, K. O. N. W. B. A. (2013). *Relative Communication Power of Selected Advertising Media.*
- Prabowo, M., & Kom, M. (2020). *PENGANTAR SINEMATOGRAFI.*
- Rahmania, Almansyah Rundu Wonua, & Ismanto. (2023). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow.*
- Sabrina, D. Y., & Erianjoni, E. (2019). IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NOMOR 3 TAHUN 2015 TENTANG PEMENUHAN DAN PERLINDUNGAN HAK-HAK PENYANDANG DISABILITAS DI KOTA PADANG. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 1.
<https://doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>
- Salomon. (2024). *Salomon.* Salomon.
- Saputra, Y. A., Samatan, N., & Abdulllah, N. (2023). *PENGARUH VISUAL STORYTELLING DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE.*

- Setia, F., & Barkah, C. S. (2022). Usulan Strategi Optimalisasi Akun Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Reach Melalui Instagram Advertising (Studi Kasus: Humingbad Clothing). *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 6(1), 24. <https://doi.org/10.31104/jsab.v6i1.265>
- Surasa et al. (2022). *PENERAPAN SINEMATOGRAFI PADA FILM ANIMASI 3D BERJUDUL TAMIYA SURASA 1 , SUDARMAN 2 , SUPARNA 3 , MUHAMMAD IQBAR FATIRDZUL HAJ 4 Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta.*
- Sutantio, M. (2021). Fashion Sebagai Perlawanan dan Media Komunikasi. *JURNAL RUPA*, 5(2), 74. <https://doi.org/10.25124/rupa.v5i2.2384>
- Taguriri, E., Komansilan, T., Mewengkang, A., Pendidikan, J., Informasi, T., & Komunikasi, D. (2024). PENGEMBANGAN VIDEO DOKUMENTER PROMOSI BUDAYA DESA JIKO MENGGUNAKAN SMARTPHONE DAN ANAMORPHIC LENSE DENGAN TEKNIK PENGAMBILAN WIDE ANGLE. In *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Vol. 4).
- Van Hurkman, Alexis. (2014). *Color correction handbook : professional techniques for video and cinema*. Peachpit Press.
- Yankova, W. O. (2014). *Social Media and its Implications for Marketing Communications*.
- Zhao, Z. (2023). The Use of Natural and Artificial Light on Character Modelling and Character Relationships, Taking Days of Heaven and Whisper as Examples. *Communications in Humanities Research*, 3(1), 513–519. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/3/20220488>