

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Penulisan Buku

- Ardianto, E. Lukiati Komala. Siti Karlinah. (2012). *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th edition. McGraw-Hill Irwin. Boston.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design, Qualitatives, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fourth Edition)*. Sage Publications. United State of America.
- Devito, J,A. (2017). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education. Boston.
- Indonesia. (2002). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran*. Sekretaris Negara Republik Indonesia. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Tiga belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Edisi Tiga belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. Prentice Hall. New Jersey.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Salemba Humanika. Jakarta.
- Moriarty. Sandra. Nancy M. dan William Wells. (2011). *Advertising Edisi 8. Kencana Prenada Media Grup*. Jakarta.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.
- Musman, A. Sugeng, W,A. (2011). *Marketing Media Penyiaran Bukan Sekedar Jual Kecap*. Atma Pustaka. Yogyakarta.

Nalendra, A,R,A. dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia. Tangerang.

Presiden republik indonesia (2020). *Tentang gugus tugas percepatan penanganan corona virus disease 2019 (Covid-19)*. Keputusan presiden republik indonesia nomor 7 tahun 2020. Jakarta.

Presiden republik indonesia (2020). *Komite Penanganan corona virus disease 2019 (Covid-19) dan pemulihan ekonomi nasional*. Perpres nomor 82 tahun 2020. Jakarta.

Priyatno, D. (2011). *Buku saku analisis statistik data SPSS*. MediaKom. Yogyakarta.

Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Shimp, Terence, A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. ALFABETA. Bandung.

Widyatama, Rendra. (2008). *Pengantar periklanan*. Pustaka Book Publisher. Yogyakarta.

Wrench, J,S. (2013). *Quantitative Research Methods For Communication*. Second ed. Oxford University Press. Inggris.

### **Sumber Penulisan Artikel atau Jurnal**

Aiwan, T,Y. (2013). *Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (Cri) Pada Perempuan Di Surabaya*. Jurnal e-komunikasi program studi ilmu komunikasi universitas kristen petra, surabaya. Vol i. no.2 tahun 2013: 298-307.

Ricardo, D. Yugih S. Anto S. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee di Televisi terhadap Minat Beli Berdasarkan Elaboration Likelihood Model di Lingkungan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN Angkatan 2016*. Prologia. Vol. 4, No. 1, Maret 2020: 194–200.

Soetikno, R. (2013). *Efektivitas Pesan Iklan Telkomsel “Kartu as Wow Gratis 100x Lipat” Terhadap Customer Telkomsel Di Surabaya*. Jurnal e-komunikasi program studi ilmu komunikasi universitas kristen petra, surabaya. Vol i. no.3 tahun 2013: 167-176.

### **Sumber Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi**

Dwihantoro, Prihatin. (2010). *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat sebagai Kampanye Pelestarian Hutan Mangrove di Daerah Tugu Semarang*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.

Purnamasari, M. (2012). *Efektivitas iklan layanan masyarakat dalam mempengaruhi sikap khalayak*. Skripsi. Universitas Indonesia.

Wati, L. (2019). *Pengaruh Advertising AICE Indonesia di Asian Games 2018 terhadap brand awareness*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.

Winiratih, A. (2016). *Pengaruh Iklan Televisi dan Event Sponsorship terhadap brand image bakmi mewah*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.

### **Sumber Penulisan Website**

Alodokter (2021) *Virus Corona*. <https://www.alodokter.com/virus-corona>. Diakses tanggal 15 November 2021

Satgas Covid-19 (2021). *Monitoring Kepatuhan Protokol Kesehatan*. <https://covid19.go.id/monitoring-kepatuhan-protokol-kesehatan>. Diakses tanggal 30 November 2021

Nugrahaeni, C,K. (2021) *Satgas Covid-19 Sebut 20 Provinsi yang Tingkat Kepatuhan Protokol Kesehatan di Bawah Standar*. <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-012178892/satgas-Covid-19-sebut-20-provinsi-yang-tingkat-kepatuhan-protokol-kesehatan-di-bawah-standar?page=2>. Diakses tanggal 03 September 2021.

Nielsen. (2020). *belanja iklan 2019 ditutup dengan tren positif*. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/belanja-iklan-2019-ditutup-dengan-tren-positif/>. Diakses tanggal 15 September 2021

Nielsen. (2020). *Covid-19 dan dampaknya pada tren konsumsi media*.  
<https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/Covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>. Diakses tanggal 16 September 2021

**Laporan Publikasi Pemerintah/Instansi lainnya**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020). *Laporan Survey Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Indonesian Survey Center.

