

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'aruf. 2017. *Komunikasi Periklanan*. Sleman: Aswaja Pressindo.
- Hadi, I. P. (2008). *Jurnal Ilmiah Scriptura: Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis*, 3, 1.
- Larasati A., Chisbiyah, A, L., & Hidayati L. (2013). Penerapan *Focus Group Discussion* Untuk Mengevaluasi Kualitas Layanan Jurusan Teknologi Industri. *Jurnal Teknologi dan Kejuruan*, 36, 2.
- Maria Siti., & Pusriadi Tommy. (2019). *The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19, 2.
- Meilasari H, S., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah *Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color"*. *Journal Komunikasi*. 11, 1.
- Morissan. 2010. *Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Prenanda Media Grup
- Paramita, A & Kristiana L. (2013). Teknik *Focus Group Discussion* Dalam Penelitian Kualitatif. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16, 2.
- Purwaningwulan, M, M. (2011). Daya tarik pesan iklan humor. *Jurnal Bidang umanihora*, 10, 1.
- Rahmadawita T., Sulistyowati, L., & Mahardi. (2013). Analisis pengaruh kreativitas iklan, daya tarik iklan dan kualitas pesan iklan terhadap *brand attitude* pada produk blackberry z10 di kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau*.
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi*, 1, 2.
- Sari, Z, O., & Septiasari, E, A. (2016). Pentingnya Kreativitas dan Komunikasi Pada Pendidikan Jasmani dan Dunia Olahraga. *Jurnal Olahraga Prestasi*, 5, 1.
- Sari, R. (2017). Konstruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat. *Jurnal JOM FISIP*, 4, 1.

- Soalohon R. (2013). Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Kasus Antasari Azhar Dalam Portal Berita Online. *Journal Ilmu Komunikasi*.
- Suciati. 2017. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube “Keong Racun” Sinta dan Jojo. *Jurnal The Messenger*, 5, 1.
- Tasruddin, R. (2017). Tren Periklanan Di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5, 15.
- Toni A., & Fajariko D. (2017). Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism “Kill The Messenger”. *Jurnal Komunikasi*, 9, 2.
- Tusnawati, R. & Purnamasari, D. (2017). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok *U-Mild* versi “cowok tau kapan harus bohong”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro*.
- Yunita, D., Fitrianto., E., & Nofiauwaty. (2017). Tema humor pada iklan serta pengaruhnya terhadap pemahaman pesan iklan dan *buying readiness stages*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15, 2.

Internet:

Iklan Gojek Cerdikiawan <https://www.instagram.com/p/B00T0-cnCyU/>, diakses pada 3 Juni 2020

Penghargaan Iklan cerdikiawan sebagai iklan terbaik dan sutradara terbaik <http://citrapariwara.org/penghargaan/film-craft?id=268> diakses pada 5 Juni 2020

Survey pengguna *smartphone* <file:///C:/Users/JP/Downloads/20180326115502-booklet-survey-tik-2017.pdf>https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/45690_book_item_45690.pdf diakses pada 16 Juni 2020

Fungsi Iklan <https://www.joconomic.com/blog/apa-fungsi-iklan/> diakses pada 30 Juli 2020