

Daftar Pustaka:

Buku :

- Bungin, Burhan, 2013, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Eriyanto., 2011, *Analisis Isi, Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, Kencana, Jakarta.
- H.Ardial., 2014, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Jaiz, Muhammad., 2014, *Dasar-Dasar Periklanan*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald, 2007., *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas*, PT Macana Jaya Cemerlang, Klaten.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid Satu*, PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta
- M.Romli, Asep Syamsul., 2008, *Kamus Jurnalistik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Morissan., 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana, Jakarta.
- Nuradi, 1996, *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*, Gramedia Pustaka Media, Jakarta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Sulaksana, Uyung, 2007, *Intehrated Marketing Communications*, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta
- Titscher, Stefan, Michael Meyer, Ruth Wodak, Eva Vetter , 2009, *Metode Analisis Teks dan Wacana*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2014, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah dipahami*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sumartono, 2002, *Terperangkap Dalam Iklan*, Alfabeta, Bandung.
- Widyatama, Rendra., 2009, *Pegantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- , 2011, *Teknik Menulis Naskah Iklan*, Cakrawala, Yogyakarta

Wiryo., 2004, *Teori Komunikasi Masa*, Grasindo, Jakarta

Jurnal

Ariyan, Hendi, 2013, *Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padan*, Jurnal Management, Volume 2, Nomor 1, 2013

Dapu, Silvana Monica, Debby D.V. Kawengian, dan Grace Waleleng, 2015, *Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Aqua Botol Tanpa Segel Plastik(Studi Dikelurahan Malalayang I Timur Kota Manado)*, e-jurnal "Acta Diurna" Volume 4. No.3. Tahun 2015

Lukitaningsih, Ambar,2013, *Iklan Yang Efektif Sebagai Startegi Komunikasi Pemasaran*, e-jurnal Fakultas Ekonomi,Volume 13, No 2 tahun 2013

Nisa, Alvionita Choirun dan Umaimah Wahid, 2014, *Analisis Isi Kekerasan Verbal dalam Sinetron "Tukang Bubur Naik Haji The Series"di RCTI*, Universitas Budi Luhur, Jurnal Komunikasi, ISSN1907-898X, Volume 9, Nomor 1, Oktober 2014.

Kartiniasari, Mursalini, dan Rahmat Hidayat, 2015, *Pengaruh Media Iklan (Above The Line & Below The Line) Produk Indihome Fiber Terhadap Keputusan Pembelian.*, Universitas Telom, Jurnal Manajemen, Volume 1, Nomor 3, Desember 2015.

Kusuma, Satria, 2016, *Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia*, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jurnal Komunikasi, Volume 5, Nomor 1

Skripsi

Adi, Rian Sulaksono, 2007. *Analisis Isi Iklan Media Masa Pada Majalah Cakram Edisi Agustus 2006-Juli 2007*. Yogyakarta, Skripsi S1 Pada Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

Baskorojati, Dwiki,2014. *Analisis Isi Pesan Iklan Hotel Pada Majalah Kabare*.Yogyakarta, skripsi S1 pada Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Internet

Gewati, Mikhael., 2016, *Minat Baca Indonesi Ada di Urutan ke-60 Dunia*.
<https://edukasi.kompas.com/read/2016/08/29/07175131/minat.baca.indonesia.ada.di.urutan.ke-60.dunia>. (diakses pada 25 Oktober 2018)

Lubis, Mila., 2017, *Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya*.
<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/MEDIA-CETAK-MAMPU-MEMPERTAHANKAN-POSIKINYA.print.html>, (diakses23 Oktober 2018)

- Nadlir, Moh., 2018, *Per Hari, Rata-rata Orang Indonesia Hanya Baca Buku Kurang Dari Sejam*. <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/26/14432641/per-hari-rata-rata-orang-indonesia-hanya-baca-buku-kurang-dari-sejam>. (dikases pada 26 Oktober 2018)
- Reily, Michael., 2017, *Nielsen: Pembaca Media Digital Sudah Lampai Media Cetak*. <https://katadata.co.id/berita/2017/12/07/nielsen-pembaca-media-digital-sudah-lampau-media-cetak>. (diakses pada 25 Oktober 2018)
- Tim Redaksi Koran Sindo., 2017, *Survei Nielsen: Media Cetak Lebih Dipercaya*. <https://nasional.sindonews.com/read/1263614/15/survei-nielsen-media-cetak-lebih-dipercaya-1512614304>, (diakses 22 Oktober 2018)
- Tim Redaksi Nielsen Indonesia, 2018., *Belanja Iklan Media Konvensional Masih Tumbuh*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/03/belanja-iklan-media-konvensional-masih-tumbuh>. (diakses pada 24 Oktober 2018)
- Wulandari, Dwi., 2017, *Ini Bukti Mengapa Media Cetak Masih Diminati*. <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/ini-bukti-mengapa-media-cetak-masih-diiminati>, (diakses 23 Oktober 2018)
- Komunikasipraktis, 2014,
<https://www.komunikasipraktis.com/2014/12/pengertian-slogan-tagline-jargon-moto-visi-misi.html> (diakses 08 Febuari 2019)
- Achdiral, Ryan Juskal, 2014, *Sejarah Singkat Kompas Gramedia*,
<http://medan.tribunnews.com/2014/08/13/sejarah-singkat-kompas-gramedia>
<http://www.kompasgramedia.co.id/about-kg/history>
<https://www.mediaant.id/magazine/intisari-magazine-iklan>
- UU MEREK NO. 15 Tahun 2001 Pasal 1 tentang merk*