

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi. 2018. *Membaca Yuk*. Bogor. Guepedia Publisher
- Setyosari, Punaji. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Edisi keempat. Jakarta. Prenadamedia Group
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kusnadi. 2013. *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher
- Keller, K. 2007, 2008, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas jilid 1. PT Indeks
- Moriarty, Sandra. dkk. 2009. *Advertising*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Prenadamedia Grup
- Saepudin, E. 2015. *Tingkat Budaya Membaca Masyarakat*. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan.
- Kartika, E., 2004. *Memacu Minat Membaca Siswa Sekolah Dasar*. Jurnal Pendidikan Penabur.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Pusparisa, Yosepha. 2020. *Tingkat Literasi Indonesia Masih Rendah*. KataData.co.id
- Nurbani, Sri, and Nanda Ayu R. Dewi. 2019. "Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken." *6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019*. Telkom University.
- Wirasari, Ira; Br Karo, Theodora Evipani. *Kajian Gaya Bahasa Iklan Antangin Fit Pada Media Sosial. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, [S.l.], v. 3, n. 02, p. 145 - 159, sep. 2018. ISSN 2502-2431. Available at: </journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/1545>

- Yelly Andriani Barlian, Sri Nurbani. 2016. Narrative Discourse Analysis of Viral Video Ad Volvo 'Epic of Split'. Bandung Creative Movement (BCM) Journal, Vol.3, No.1 (2016). ISSN: 2460-8866.
- Nurusholih, Sonson. Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia), [S.l.], v. 4, n. 2, p. 199-214, nov. 2019. ISSN 2502-2431. Available at: </journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/1935>. Date accessed: 24 feb. 2021. doi: <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metode Penelitian, Kajian budaya dan ilmu sosial humaniora pada umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Albertina, Erica and Sri Maharani, "Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang Dalam Era New Normal", Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata (Barista), vol.7, no.1, p.39-47, Jun. 2020. ISSN 2356-1602
- Hidayattuloh, M., & Riandy, A. (2019). Digital Brand Building of PT Kereta Api Indonesia Indonesia Through Instagram Account @ KAI121 . 6 Th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019, 2019.
- Hidayatulloh, M., & Somargono, I. (2018). Typography on Design T Shirt Suporter of Persib. Balong International Journal of Design, 1(1). <https://doi.org/10.25134/balong.v1i1.1663>
- Ilhamsyah, 2021. *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ilhamsyah, Ilhamsyah, and Herlina Herlina. "Tagline in Advertisement Digital Era Case Study of #adaaqua Advertising Campaign." *6<sup>th</sup> Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019*. Telkom University, 2019, pp. 483-487.
- J. Utama and W. Swasty, "Daya Tarik Visual Sebagai Brand Recall Pada Iklan Televisi (Studi Kasus : Iklan Mizone 2012 Versi 'Tilt')", *bahasarupa*, vol. 2, no. 1, pp. 43-51, Oct. 2018.