

Daftar Pustaka

Buku:

- Creswell JW. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Fachruddin, Andi. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET (Penerbit ANDI)
- Johnson, Carla. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Khasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kindarto, Asdani. (2008). *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Morissan, (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Moriarty, Sandra dkk. (2015). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana
- Moleong. L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sanjaya, Ridwan. (2011). *Most Wanted Tips of Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Shimp, A. Terence. (2003). *Periklanan Promosi (aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shimp, A. Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhandang, Kustadi. (2016). *Manajemen, Kiat, dan Strategi Periklanan Edisi*. Revisi. Bandung: Nuansa Cendikia

Karya Ilmiah:

Aulia, Nur Arsy. (2013). Skripsi: *Strategi Kreatif Iklan Televisi Fitbar Versi Happy*. Universitas Mercubuana Jakarta.

Hariri, Ridwan. (2017). Skripsi: *Perencanaan Kampanye Perikalan "AXE FIND YOR MAGIC" Pada Media Digital Tahun 2017*. Universitas Mercu Buana Jakarta.

Oktafiandi, Ikhromi. (2018). Skripsi: *Analisis Strategi Kreatif Iklan "Kisah Legenda Nusantara" dalam Membangun Brand Awareness untuk Indoeskrim Nusantara*. Universitas Mercu Buana .

Jurnal:

Angga, Bima Dwi. (2018). *Penggunaan Humor dalam Video "Temen Sok Inggris" yang Diunggah di YouTube*. Jurnal Bisnis Manajemen. Vol.11 No. 2

Dacosta & Sugandi. (2017). *Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan Webseries (Studi Kasus Axelerate: The Series Axe Indonesia Oleh Makna Creative)*. e-Proceeding of Management. Vol.4 No.1

Utami, dkk. (2015). *Proses Penentuan Pesan Dan Strategi Kreatif Iklan Dengan Endorser Berjilbab Pada Pengiklan Dan Perusahaan Iklan*. Jurnal Universitas Diponegoro. Vol.3 No.1

Website:

<https://www.sasa.co.id/index.php/tentang> (diakses pada tanggal 20 Desember 2018)

<https://www.facebook.com/kreasiSasa/photos/pcb.1050181155106582/1050180875106610/?type=3&theater> (diakses pada tanggal 7 januari 2019)

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1 (diakses pada tanggal 20 Oktober 2018)

<http://marketeers.com/gabung-dentsu-dwi-sapta-jadi-agency-global-berjiwa-indonesia/> (diakses pada tanggal 20 Oktober 2018).

<https://www.kreasisasa.com/index.php/spice-up/saus-sasa/sambal-asli> (diakses pada tanggal 20 Desember 2018)

<https://www.facebook.com/notes/kreasi-sasa/syarat-dan-ketentuan-sasabhotolChallenge/1041284335996264/> (diakses pada tanggal 20 Desember 2018)

<https://nusantara.rmol.co/read/2017/06/18/296067/Punya-Pemikiran-Dan-Gaya-Hidup-Beda,-AMPI-Dukung-Generasi-Millennial-> (diakses pada tanggal 21 Desember 2018)

