

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong.G & Kotler. P. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Berger, Arthur. (1998). *An anatomy of humor*. United States of America: Transaction Publishers
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Dunn, Samuel Watson & Barban, Arnold M. 1978. *Advertising : Its Role In Modern Marketing*. Dryden Press.
- Evans, J.R. (2008). *The Management and Control of Quality (7th Edition)*. Ohio: Thomson South-Western.
- Hall, Stuart dkk. 2011. *Verbal & Nonverbal Media Bahasa, Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979 - Stuart Hall, Dorothy Hobson dkk*. Penerbit : Jalasutra, Yogyakarta.
- Littlejohn, W. Stephen & Karen, A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika .
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. ANDI. Yogyakarta.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE, Yogyakarta.
- Saussure, Ferdinand de. (2008). *Course in General Linguistics*. Glasgow: Fontana/Collins
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.

Suhandang, Kustadi. (2010). *Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Sutherland, Max & Alice K Sylvester. 2007. *Advertising and the Mind of the Consumer: What Works, What Doesn't, and Why*. Penerbit PPM. Jakarta.

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher. Yogyakarta.

Jurnal & Skripsi :

Aini, Qury, 2013, *Memahami Penerimaan Pembaca Fashion Blog Hijabers (Pengguna Hijab Modern) Terhadap Pergeseran Makna Penggunaan Hijab (Analisis Resepsi Terhadap Blog Dian Pelangi)*. Volume 1, Nomor 4.

Any Suryani, 2013, *Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube 'Keong Racun' Sinta Dan Jojo*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas, Semarang

Ayu, Aulia. S, 2016, *Parody Iklan, Meningkatkan Brand Awareness melalui olokan*. Volume 5, Nomor 1

Galih Arum Sri Gelar Mukti, 2014, *Pemaknaan Khalayak terhadap Adegan Axe Effect dalam Iklan Televisi Axe*, Volume 2, Nomor 4

Rahmanadji. (2007). *Sejarah, teori, jenis, dan fungsi humor*. Jakarta: FS UM

Tusnawati, Risa & Purnamasari, Devi., 2017, *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi "Cowo Tau Kapan Harus Bohong"*. Skripsi. Semarang; Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Tinarbuko Sumbo. 2007. *Eksekusi Iklan Televisi dengan pendekatan Parodi* , Volume 4 Nomor 1

Zinkhan, Goerge M. Johnson, Madelin, 1994, *Humour in Advertaising*, Journal of Advertising.