

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Karya. Diakses dari <https://www.scribd.com/doc/95963092/Perpustakaan-Online-Prof-Arikunto-Prosedur-Penelitian-Suatu-Pendekatan-Praktek>
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Diakses dari <https://www.scribd.com/doc/137550403/Download-Buku-Media-Pembelajaran-Azhar-Arsyad>
- Bharata, Addy Sukma & Dendy Triadi. 2010. *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Diakses dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=548288>
- Bransford, John D. 2003. *The Best Years Emosi Anak di Masa Remaja : John D. Bransford (Cet. ke-1)*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya. Diakses dari http://catalog.uinsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=11217&keyword=s=
- Camara, S. 2006. *All about Techniques in Drawing for Animation Production*. New York, US: Barron's. Diakses dari https://www.goodreads.com/book/show/1443459.All_about_Techniques_in_Drawing_for_Animation_Production
- De Saussure, Ferdinand. 1993. *Pengantar Linguistik Umum*. (terj. Rahayu. S. Hidayat). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Diakses dari <http://repositori.kemdikbud.go.id/1710/>
- Hall, Stuart. 1997. *Culture, media and identities. Representation: Cultural representation and signifying practices*. California: Sage Publication. Diakses dari

https://fotografiaeteoria.files.wordpress.com/2015/05/the_work_of_representation__stuart_hall.pdf

Hart, J. 2008. *The Art of The Storyboard*. Burlington, USA: Focal Press. Diakses dari https://mahithinsidious.files.wordpress.com/2012/01/reference-book_1.pdf

Hidayat, Syarifudin, dan Sedarmayanti. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju. Diakses dari <http://library.um.ac.id/free-contents/index.php/buku/detail/metodologi-penelitian-hj-sedarmayanti-syarifuddin-hidayat-19560.html>

Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media. Diakses dari <https://www.scribd.com/document/401326527/PSIKOLOGI-PERKEMBANGAN-Yudrik-Jahja-pdf>

Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan, Edisi 3*. Jakarta: Erlangga. Diakses dari <https://www.scribd.com/book/315828484/Advertising-Made-Simple>

Johar, D. S. 2015. Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1-10. Moleong, Lexy. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya

J. Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. Diakses dari <https://sbooks.best/downloads/Lexy-J-Moleong-Metodologi-Penelitian-Kualitatif->

Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo. Diakses dari <http://www.andriani.kusumawati.lecture.ub.ac.id/files/2014/07/ANDRIANI-Manajemen-Pemasaran-Terjemahan-Kotler.pdf>

Lancaster, L.C. dan Stillman, D. (2002). *When Generations Collide*. New York: Harper Business. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/When-generations-collide-%3A->

who-they-are%2C-why-they-Lancaster-
Stillman/bd248f640f066d6a81b470f93aa3fe49295c852b

Lyons, S. (2004). An exploration of generational values in life and at work. ProQuest Dissertations and Theses, 441-441 . Retrieved from <https://curve.carleton.ca/c3cc861c-e720-47a1-a33f-e8d570474474>

Margono. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta. Diakses dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=635125>

Naratama. 2004. Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single dan Multi Camera. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Diakses dari <http://library.um.ac.id/free-contents/index.php/buku/detail/menjadi-sutradara-televisi-dengan-single-dan-multi-camera-naratama-29921.html>

Nazir, Moh. 2013. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia. Diakses dari <https://intrafasr231.weebly.com/buku-moh-nazir-metode-penelitian-pdf.html>

Partanto, Pius A. 1994. Kamus Ilmiah Populer , Surabaya: Arkola. Diakses dari <https://www.goodreads.com/en/book/show/6335725-kamus-ilmiah-populer>

Pew Research Center. 2010. Millennials A Potrait of Generation Next. Diakses dari: <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2010/10/millennials-confident-connected-open-to-change.pdf>

Pintoko, Wahyu Wary & Umbara, Diki. 2010. How To Become A Cameraman. Yogyakarta: Interpretbook. Diakses dari <https://dikiumbara.wordpress.com/2010/09/21/buku-how-to-become-a-cameraman/>

- Primagara, Megi. 2013. Kesesuaian Isi Tayangan Iklan TV dengan Kelas Sosial Target Konsumen. *Visi Komunikasi*. 12(2): 214. Diakses dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/visikom/article/view/402/348>
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N., & Budiarti, S. M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja.. Diakses dari <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>
- Rice, F.P. 1990. *The adolescent development, relationship & culture*. Boston: Ally & Bacon. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Adolescent%3A-Development%2C-Relationships-and-Rice/b7ebe9ca66295dcd7b28b0aa8b3ae6ac2c60ff2a>
- Risfandy, Rachmat. 2010. Pemaknaan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Terdampar di Televisi. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembnagunan Nasional Veteran. Surabaya
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosda Karya. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Analisis-teks-media%3A-suatu-pengantar-untuk-analisis-Sobur/38bef5cd05a640dbe889539ae8fe16b80ebf1ea6>
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Diakses dari <http://library.um.ac.id/free-contents/index.php/buku/detail/prinsip-pemasaran-jilid-i-william-j-stanton-alih-bahasa-yohanes-lamarto-14900.html>
- Susanto, Ahmad. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. Diakses dari <http://prenadamedia.com/shop/teori-belajar-pembelajaran-di-sekolah-dasar/>

Wibowo. 2003. Manajemen Kinerja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Diakses dari <http://rajagrafindo.co.id/produk/manajemen-kinerja-%C2%96-edisi-ketiga/>

Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. 2013. Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi. Jakarta: Mitra Wacana Media. Diakses dari https://www.academia.edu/1858269/SEMIOTIKA_KOMUNIKASI_APLIKASI_PRAKTIS_UNTUK_PENELITIAN_DAN_SKRIPSI_KOMUNIKASI

Widiatmoko, Destria, & Bharata, Wahyudi Jimmy. 2006. Dunia Fotografi dan Seni Digital. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo. Diakses dari https://www.goodreads.com/book/show/3417004-101-tip-dan-trik-dunia-fotografi-dan-seni-digital?rating=3&utm_medium=api&utm_source=book_widget

Yembise, Yohana S. 2018. Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Diakses dari <https://www.coursehero.com/file/43782641/9acde-buku-profil-generasi-mileniapdf/>

Sumber Internet

Economy.okezone.com 25 Januari 2012 Memilih Media Promosi yang Unik 22 April 2020 <https://economy.okezone.com/read/2012/01/25/23/562919/memilih-media-promosi-yang-unik>

KBBI, 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Tersedia di: <https://kbbi.web.id/representasi> [Diakses 14 Mei 2020]

KBBI, 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Tersedia di: <https://kbbi.web.id/cendekiawan> [Diakses 14 Mei 2020]

KBBI, 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Tersedia di:
<https://kbbi.web.id/cerdik> [Diakses 14 Mei 2020]

KBBI, 2020. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online]. Tersedia di:
<https://kbbi.web.id/pragmatis> [Diakses 14 Mei 2020]

