

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Nugroho. (2012). "Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi". FISIP UNSOED Jurnal Acta dium A Vol 8 No. 1
- Andri Qoirul Syaifudin (2014). Analisis Resepsi Audience Tentang Anti Korupsi Dalam Iklan Rokok. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Alasuutari, Pertti. (1999). *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*, London : Sage Publications
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. (2010). *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- Barker, Chris 2004. *Cultural Studies*. Teori & Praktik. Penerjemah: Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Basu Swastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua, Yogyakarta: Liberty
- Bovee, Courtland L., et al. (1995) *Marketing*. 2 nd Ed. McGraw - Hill, Inc., New York
- Bungin, Burhan. (2008). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Croteau, David dan William Hoynes. (2000). *Media/Society : Industries, Images, and Audiences*. London: Pine Forge Press
- Danesi, Marcel. (2013). *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Besar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media Publising

- Galih Arum Sri Gelar Mukti (2014). Pemaknaan Khalayak Terhadap Adegan *Axe Effect* Dalam Iklan Televisi *Axe*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro
- Hagen, Ingunn, & Janet Wasko. (2000). *Consuming Audience? Production and Reception in Media Research*. Cresskill, New Jersey: Hampton Publication
- Indhie Febrianti Herlina (2016). Analisis Resepsi I Perempuan Muslim Terhadap Komodifikasi Penggunaan Jilbab Dalam Iklan Wardah Versi *True Colors*-Dewi Sandra. *Skripsi*. Universitas Andalas
- Junaedi, Fajar dkk. (2010). *Quo Vadis Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: Lingkar Media
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kakilangit Kencana
- Kustandi Suhandang. (2005). *Periklanan Manajemen, kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa
- Lee, Monle dan Carla Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Budi Priatna. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Linggosiswojo, Samuel Gilbert. (2016). Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi Umild “Kode Cowo”. Surabaya : Jurnal E-Komunikasi. Vol 4, No.1

- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Littlejohn, W Stephen. 2012. *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika. Jakarta
- McQuail, D. (2004). *Mass Communication Theory, Fifth Edition*. London: Sage Publications
- McQuail, Denis. (2003). *Mass Communication Theory 3th Edition*. London: Sage Publication
- McQuail, Denis. (2000). *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: Sage Publication
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan, dkk. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Mukaromah,dkk. (2014). *Iklan politik di televisi sebagai bagaian personal branding bagi calon legislatif dalam pemilu 2014 di indonesia*. Prosiding: Public Relation dan Marketing Politik
- Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Posda Karya
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta
- Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012, tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan
- Purbayanti, Mulyani. (2013). “*Reception Analysis Remaja Perempuan Tentang Konsep Kecantikan Dalam Iklan Kosmetika*”. Surabaya : Jurnal E-Komunikasi. Vol 1, NO. 2

- Rahmawati, Santi dan Juwito. (2015). "Reception Analysis "Ibu Rumah Tangga Dalam Menonton Film Televisi "Sinema Pintu Taubat Siang" Di Televisi Indosiar". Jawa Timur : Jurnal Komunikasi. Vol 7, No. 2
- Reyhansyah Riznanda (2014). Representasi "Cowo" Dalam Iklan Rokok U Mild Versi "Ini Baru Cow" (Analisis Tekstual Semiotik – Roland Brathes). *Skripsi*. Universitas Erlangga
- Roman, Kenerth, Jane Maas & Martin Nisenholtz. (2005). *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sandra Moriarty, dkk. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana
- Saussure, Ferdinand de. (2008). *Course in General Linguistics*. Glasgow: Fontana/Collins
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Storey, John. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta & Bandung : Jalasutra
- Storey, John. (2010). *Cultural Studies dan kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, CV. Alfabeta: Bandung
- Syahaamah Fikria (2012). Interpretasi Khalayak Terhadap Sosok Perempuan Dalam Iklan Produk Kebutuhan Rumah Tangga (Analisis Resepsi Terhadap Iklan Di Televisi). *Skripsi*. Universitas Diponegoro
- Tunshorin, Cahya. (2016). "Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada *Eternal Jewel Dance Community* Yogyakarta". Yogyakarta : Jurnal Komunikasi. Vol 10, No.01

Widyatama, Rendra. (2005). Pengantar Periklanan. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia

Zenor, Jason. (2014). "Where Are Those Good Ol' Fashioned Values? Reception Analysis of the Offensive Humor on Family Guy". *Journal of Q Methodology*. 37.2 Hal. 23-40

<http://www.bps.go.id/>, diakses 2 September 2017, 11:20 WIB

<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/13614>, diakses 27 Agustus 2017, 10:31 WIB

<http://lipi.go.id/berita/jumlah-usia-produktif-besar-indonesia-berpeluang-tingkatkan-produktivitas/15220>, 25 April 2017, 20:05 WIB

http://www.sampoerna.com/id_id/our_products/pages/our_brands.aspx, diakses 25 April 2017, 20:15 WIB

<http://tekno.kompas.com/read/2013/05/31/15332953/be%20gini.aturan.iklan.rokok>, diakses 25 April 2017, 20:00 WIB