

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillia, D. (2021, Oktober 13). *Kupas Tuntas Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia dari Sisi Pemerintah dan Pelaku Usaha*. Diambil kembali dari www.goodnewsfromindonesia.id:
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/13/kupas-tuntas-perkembangan-ekonomi-kreatif-indonesia-dari-sisi-pemerintah-dan-pelaku-usaha>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communications Perspective 11th Edition*. New York: McGrawHill Education.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Indrayani, H. (2012). PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS, EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN. *JURNAL EL-RIYASAH*.
- Kelley, L. D., & Jugenheimer, D. W. (2015). *Advertising Account Planning: Planning and Managing An IMC Campaign Third Edition*. New York: Routledge.
- Kelley, L. D., Jugenheimer, D. W., & Sheehan, K. B. (2015). *Advertising Media Planning: A Brand Management Approach 4th Edition*. New York: Routledge Taylor & Franis Group.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC: Principles and Practice Tenth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Morrison, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Sartika, R. E. (2019, Mei 23). *Penemuan yang Mengubah Dunia: Media Sosial, Kenapa Bikin Panik saat Diblokir?* Diambil kembali dari sains.kompas.com:
<https://sains.kompas.com/read/2019/05/23/220400623/penemuan-yang-mengubah-dunia--media-sosial-kenapa-bikin-panik-saat-diblokir-?page=all>
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.