



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, D. (2017, Januari 13). *65% Subsidi LPG Tak Tepat Sasaran*. Retrieved Maret 14, 2017, from okezone.com:  
<http://economy.okezone.com/read/2017/01/13/320/1590939/65-subsidi-lpg-tak-tepat-sasaran-ini-respons-menteri-jonon>
- Axia World Indonesia. *Brand and Marketing Strategy – Domestic Gas Pertamina*. Pertamina, Domestic Gas, Jakarta.
- Azzahra, S. (2017, 3 13). Wawancara Produk Bright Gas. (M. F. Shidqy, Interviewer) Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia.
- Azzahra, S. (2017, Maret 13). Wawancara Produk Bright Gas. (M. F. Shidqy, Interviewer) Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia.
- Azzahra, S. (2017, Maret 13). Wawancara Produk Bright Gas. (M. F. Shidqy, Interviewer) Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia.
- Bertus, H. (2016). *Jurus Marketing Paling Nonjok*. Jakarta, Indonesia: TransMedia Pustaka.
- BUMN. (2017, Januari 2017). *Siapa yang Berhak Dapat Subsidi Elpiji 3 Kg?* (BUMN) Retrieved Maret 10, 2017, from bumn.go.id:  
<http://www.bumn.go.id/pertamina/berita/0-Siapa-yang-Berhak-Dapat-Subsidi-Elpiji-3-Kg->

Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Basic Marketing, A Global-Managerial Approach*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.

Crow, D. (2010). *Visible Sign*, . SA, UK: AVA Publishing.

Dameria, A. (2007). *Color Basic, Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Link & Match Graphic.

Garvey, R., & Williams. (2015). *Mastering Composition, Panduan Sesungguhnya bagi Fotografer*. Jakarta, Indonesia: Elex Media Komputindo.

Gobe, M. (2005). *Emotional Branding, Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dan Pelanggan*. Jakarta, Indonesia: Erlangga.

Ihsanuddin. (2017, Januari 13). *Jokowi Sebut Penyaluran Elpiji 3kg Tidak Tepat Sasaran*. (Krisiandi, Editor, & Kompas) Retrieved Maret 10, 2017, from [kompas.com](http://kompas.com):

<http://nasional.kompas.com/read/2017/01/13/15244281/jokowi.sebut.penyaluran.elpiji.3.kg.tidak.tepat.sasaran>

Irawan, B., & Tamara, P. (2013). *Dasar Dasar Desain*. Jakarta, Indonesia: Griya Kreasi.

Junaedi, F. (2013). *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta, DI Yogyakarta, Indonesia: Litera.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). Retrieved Maret 11, 2017, from [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id): <http://kbbi.web.id/iklan>

Kasali, R. (2007). *Membedik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.

Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.

Kotler, P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Erlangga.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Nuradi, W. (1996). *Kamus Isilah Periklanan*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.

Pudjiastuti, W. (2016). *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Rustan, S. (2009). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.

Suyanto, M. (2006). *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta, Indonesia: CV Andi Offset.

Tinarbuko, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta, DI Yogyakarta, Indonesia: Center of Academic Publishing Service.