

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Christopher Gilson & Berkman (1986), dalam: *Rhenald Kasali, Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1992), hlm. 81-82.

Hamdan. D & Sontani. A *COFFEE : Karna Rasa Tidak Dapat Diperdebatkan.* (Jakarta Selatan : Agromedia Pustaka 2018)

Ir. Pangabean. E *Buku Pintar KOPI.* (Jakarta : Agromedia Pustaka 2011)

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2001), 205

Keraf, G. (1994), *Diksi dan Gaya Bahasa.* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.)
Agung Gregorius Jurus Sakti Copywriting di Twitter, Facebook dan Blog (Jakarta: PT. Flex Media Komputido 2011)

Sidewalk Willy *Barista #NoCingCong SHUT UP AND BREW.* (Jakarta : [Agromedia Pustaka](#) 2019)

Sumber Jurnal Online :

Tarmawan, I. (2020). *Building Brand Awareness Through Film Narrative. In International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019)* (pp. 85-90). Atlantis Press.

Tarmawan, I. *Struktur dan Proses Komunikasi dalam Iklan Minuman Bir" Nova Schin".* Visualita, 2(2), 266928.

Zahra, M. F., Tarmawan, I., Ds, M., Kurniawan, I., & Ds, M. *Perancangan Promosi Pada Grup Musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong Di Kota Bandung Design Promotion Of Music Group Jempol Jenthik Orkes Keroncong In Bandung.* Bandung: Universitas Telkom.

Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan persepsi visual pada iklan televisi. Visualita, 3(1), 266946.

Halaman Internet :

Risnandar C (2019) *Sejarah Kopi Indonesia*. Tersedia di
<https://jurnalbumi.com/knol/sejarah-kopi/>

Rajab (2014) *Tujuan Komunikasi*. Tersedia di
<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/339>

Wojirsch. (1995). *Pengertian Ilustrasi*. Tersedia di
<http://www.ejurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html>