

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Hikmat, Mahi M. 2014. *Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husna, A., & Suryana, B. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Kementerian. Kesehatan Republik Indonesia.
- Kuswandi, W. (2008). *Komunikasi Massa (Analisis Interaktif Budaya Massa)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mar'at. (1981). *Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rismawaty. Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P. (2014). *Pengantar ilmu komunikasi (Welcome to the world of communications)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Soedarsono, & Dewi, K. (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharno, & Sutarso, Y. (2010). *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wibowo, A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Yunus Ulani, Mia Angeline, Sari Ramadanty. (2017). *Advertising & Branding*. Jakarta: Edu Pustaka.

B. Jurnal

Adyas, D., & Khairani, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan TV Tokopedia. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 95–101.

<https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.402>

Aisffa Widyana, N., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). *Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 2, Issue 1).

<http://ejournal.uikabogor.ac.id/index.php/Manager/index>

Ananda Pratiwi, S., & Hidayat, D. (2020). *Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 Di Media Sosial Dan Perilaku Masyarakat Di Jawa Barat*.

Hastuti, S. (2013). *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi*.

Sasetyo, S. A., Nawawi, H., Rondonuwu, R., Manajemen, J. I., Fakultas, K., & Komunikasi, I. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent. In *Mahasiswa Universitas Padjadjaran* (Vol. 1, Issue 1). <http://journals.unpad.ac.id>

Solihin, O. (2015). *Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban*.

Sufa Faela, & Munas Bambang. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap*.

Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat)* (Vol. 5, Issue 1).

Yuyun Sri, Masyhadiah, & Imra. (2018). *Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Hemat Listrik Pt. Pln*.

C. Artikel dalam Internet

Annur, C. M. (2022). *Survei Nielsen: Penonton TV Naik setiap Bulan Ramadan. 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/25https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/25/survei-nielsen-penonton-tv-naik-setiap->

- [bulan-ramadasurvei-nielsen-penonton-tv-naik-setiap-bulan-ramada](#) (Diakses pada tanggal 11 Maret 2022, pukul 18.42 wib)
- Nurul, S., & Sa'adah, S. (2022). *Update Kasus Covid-19 di Kota Bandung, 3 Kecamatan ini Masih Tertinggi*. 2022. <https://cibiru.bandung.go.id/profile/sekilas-cibiru/>. (Diakses pada tanggal 16 Maret 2022, pukul 19.55 wib)
- KPCPEN. (2021). *Sosialisasi Prokes dan Vaksinasi, Kominfo Rilis Jingle #MulaiDariKamu*. 2021. (Diakses pada tanggal 13 April 2022, pukul 15.40 wib)
- Lubis, M. (2020). *covid-19 dan dampaknya pada tren konsumsi media*. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/> (Diakses pada tanggal 25 April 2022, pukul 16.30 wib)
- Prilatama, M. N. (2021). *Ini Kecamatan dan Kelurahan di Kota Bandung dengan Kasus Positif Covid-19 Tertinggi, Waspada! Artikel ini telah tayang di TribunJabar.id dengan judul Ini Kecamatan dan Kelurahan di Kota Bandung dengan Kasus Positif Covid-19 Tertinggi, Waspada!*, <https://jabar.tribunnews.com/2021/11/12/ini-kecamatan-dan-kelurahan-di-kota-bandung-dengan-kasus-positif-covid-19-tertinggi-waspada>. (Diakses pada tanggal 24 April 2022, pukul 19.40 wib)
- Prilatama, M. N. (2021). *Kecamatan Cibiru Sediakan Tempat Isoman Bagi Keluarga Pasien yang Positif di Kelurahan Pasir Biru*. (Diakses pada tanggal 25 April 2022, pukul 19.40 wib)
- Tupani Dwi. (2020). *Nielsen: Covid-19 Tingkatkan Jumlah Penonton Televisi*. <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/298392/nielsen-covid-19-tingkatkan-jumlah-penonton-televisi>. (Diakses pada tanggal 1 Mei 2022, pukul 19.40 wib)
- Wikipedia. (2022). https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_Covid-19.2022. (Diakses pada tanggal 3 Mei 2022, pukul 19.40 wib)
- VIVACOID. (2021). <https://www.youtube.com/watch?v=tQAk4GLRZIQ>. (Diakses pada tanggal 21 Mei 2022, pukul 19.40 wib)
- KOMPAS. (2021). <https://www.kompas.com/parapuan/read/533063727/waspada-penularan-covid-19-omicron-kominfo-edukasi-masyarakat-lewat-jingle-mulai-dari-kamu> (Diakses pada tanggal 23 Mei 2022, pukul 19.40 wib)