DAFTAR PUSTAKA

Referensi Bersumber Buku:

Ardianto, E. Komala, L. & Karlinah, S. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Agustrijanto. 2002. *Copywriting*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Creswell, J.W. 2002. Research Design: Desain Penelitian Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: KIK Pers.

Dewi, I.C. 2015. *Pengantar Psikologi Media.* Jakarta: Prestasi Pustakaraya.

Hurlock, E.B. 2005. *Psikologi Remaja.* Dalam Panuju, P. & Umami, I. "Rentangan Usia" hlm. 4-6. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya

Jefkins, F. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta:* Pustaka Utama Grafiti.

Kasali, R. 2013. *Camera Branding: Cameragenic vs. Auragenic: Televisi, Kita, dan Perubahan.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Latief, R. & Yusiantie, U. 2015. *Siaran Televisi Non Drama: Kreatif, Produktif, Public relation, dan Iklan.* Jakarta: Kencana.

Lowe, B. W. 1996. *Clever Advertising: Seni Menggunakan dan Meningkatkan Periklanan yang Efektif.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Madjadikara, A.S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Morrisan, J. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Kencana.

Noeradi, W. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Poerwadarminta, W.J.S. 1992. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka.

Sari, A.K. 2011. *Peran Model Anak Dalam Iklan Televisi Produk Untuk Dewasa.* Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Suhandang, K. 2010. *Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung: Nuansa.

Stokes, J. 2006. *How to do Media and Cultural Studies.* Bandung: Bentang.

Tabrani, P. 2012. *Bahasa Rupa*. Bandung: Kelir.

Yusuf, S. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Referensi Bersumber Rujukan Elektronik:

Dewan Periklanan Indonesia. 2014. "*Etika Pariwara Indonesia: Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia"*. Jakarta

E. Brand, J. et al. 2006. "*Television Advertising to Children"*. Australia: Australian Communications and Media Authority (ACMA).

Hariyanto. 2004. *Fenomena Parodi Dalam Iklan Televisi Indonesia*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Hermanto, R. 2014. "*Makna Dewasa dalam Iklan Three Indie+ (Analisis Semiotika Iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi)"*. Bandung: Universitas Telkom.

Laporan Kasus Badan Pengawas Periklanan (BPP) P3I 2009-2013.

Prasetyo, Eko Budi. *Peran Ilustrasi Visual dalam Pembelajaran.* Universitas Negeri Yogyakarta.

Trikanti. 2013. "*Komodifikasi Anak dalam Iklan (Analisis Semiotika dalam Iklan Tri-indie+ Buat Kamu yang Udah Gede versi 'Cewe' dan 'Cowo' Di Televisi)"*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

Wilcox, B. L. et.al. 2004. *Report of the APA Task Force on Advertising and Children*. Amerika: American Psychological Association (APA).

Wirasti, Murti Kusuma. 1999. Komunikasi Visual. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan IKIP Yogyakarta.

Referensi Bersumber Internet:

Dougcube. 2012. 5 Theories of Advertising. Melalui: http://cubicmuse.com [20/02/16]

MSInteraction. 2011. Iklan Wall's Selection Double Dutch. Melalui: http://youtube.com [29/06/15].

Narendra, S. 2013. "Dewasa Itu Enak Tapi Susah Dijalanin (Ulasan Iklan Tri)". Melalui: http:// kompasiana.com [26/11/15].

Noor, A.R. 2009. "Belanja Iklan Operator Telko Rp 2,867 Triliun". Melalui: http://inet.detik.com [13/03/15].

Pariwara, Nusantara. 2014. "Iklan Margarin Forvita versi Kawin Apa Kerja Dulu". Tersedia di: http://youtube.com [29/06/15].

RG. 2013. Peringatan Tertulis Untuk 11 Stasiun TV Perihal iklan "Tri Indie+ (semua versi; versi Anak Laki-laki dan Anak Perempuan)". Melalui: http://kpi.go.id [18/05/14].

Tri, Indonesia. 2013. “Iklan Tri Indie+ (versi cewe)”. Melalui: http://youtube.com [23/03/14].

Yudianto. 2013. “Iklan Indie+ Three Ditegur KPI”. Melalui: http://kompasiana.com [26/11/15].