

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra., & Dadang Hermawan. (2013). *E-Busines & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Americana, Corporation. (1994). *The Encyclopedia Americana: Volume 19*. Connecticut: Grolier
- Ammarie, R.H., & Nurfebiaraning, S. (2018). Pengaruh Iklan Pop-Up Bukalapak Versi Pahlawan Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 78-94. Diakses dari <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemenkomunikasi/article/view/12871>
- Anindita, Marsha. (2015). Tren *Flat Design* dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 01(1), 13. Diperoleh dari <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/seni/article/view/1816>
- Mabruri Anton, KN. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Drama* Jakarta:PT Grasindo
- Baksin, Askurifai. (2003). *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung: Katarsis.
- (2009). *Videografi, Operasi Kamera, Dan Teknik Pengambilan Gambar*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Bittner, J. J. (2000). *Dasar – Dasar Periklanan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Bungin, Burhan. (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajawali Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ehninger, Douglas, dkk. (1978). *Principles and Types of Speech Communication*. Glenview III: Scott, Foresman and Company.
- Gamonal, Leila. (2021). *Digital 2021*. New York: We are Social Inc.
- Hamid, Farid dan Heri Budiarto. (2011). *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana.

- Harsono., Sahfitri, V., & Ferdiansyah. (2018). *Analisis Forensik Malware Pop-Up Ads Iklan Pada Platform Android*. In: The Third Bina Darma Conference Series on Computer Science (3rdBidarCOSECS 2018). Universitas Bina Darma. (*Unpublished*). Diakses dari <http://eprints.binadarma.ac.id/3861/>
- Hastuti, Sri. (2018). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-82. Diperoleh dari <http://eprints.binadarma.ac.id/3861/>
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo.
- Kotler, Philip. (1990). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid II. Edisi Kelima. Terjemahan Jaka Wasana. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Larson, C. U. (2001). *Persuasion: Reception and Responsibility*. Boston: Wadsworth
- Laybourne, Kit. (1978). *The Animation Book: A Complete Guide to Animated Filmmaking*. New York: Three Rivers Press
- Lee, Monle & Carla Johnson. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. 2019 Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Liliwari, Alo. (1992). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Lucas, Stephen E. (2002). *The Art of Public Speaking*. New York: Longman Inc.
- Maharani, S. D., MS, Z., & Nadiroh, N. (2019). Transformation of The Value of Religious Characters in Civic Education Learning in Elementary Schools. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 295. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.683>
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Kencana

- Nadiroh. & Uswatun Hasanah. (2018). *Buku Non Teks Pendidikan Kependudukan Integrasi dengan Berbagai Mata Kuliah di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Direktorat Kerjasama Pendidikan Kependudukan, BKKBN.
- Nurulita, Shinta & Nadiroh, Nadiroh. (2019). *Pengaruh Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Masyarakat dan Lingkungan*, 5(2), 30-31. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/publication/333756242_Pengaruh_Perkembangan_Ilmu_Pengetahuan_dan_Teknologi_Terhadap_Masyarakat_dan_Lingkungan
- Oktaviani, R., Sukarno, B., dan Nurnawati. (2018). Hubungan Iklan Pop-Up Youtube dengan Sikap User (pengakses). *Jurnal Solidaritas*, 1(1), 2-3. Diakses dari <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/1968>
- Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI). (2007). *Etika Pariwisata Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Puspita, Indriana. (2017). *Efektivitas Penggunaan Media Video Animasi dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VIII-1 di SMP Negeri 9 Tangerang Selatan*. (Skripsi). Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Rogers, Everett M., D. Lawrence Kincaid. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: Free Press
- S, Wojowasito. (1997). *Kamus Umum Lengkap*. Bandung: Penerbit Pengarang
- Saraswati, A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Iklan Pop-Up Dihindari*. (Skripsi). Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/5606>
- Sari, Purnama. (2012). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi dalam Mempengaruhi Sikap Khalayak. *Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Indonesia Depok Terhadap Iklan Layanan Masyarakat BKKBN Versi "Jangan Buru-buru"*. (Skripsi). Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia .
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (1), 1-10, 2015.
- Solso, Robert L. (2008). *Psikologi kognitif*. Bandung: Penerbit Erlangga
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset

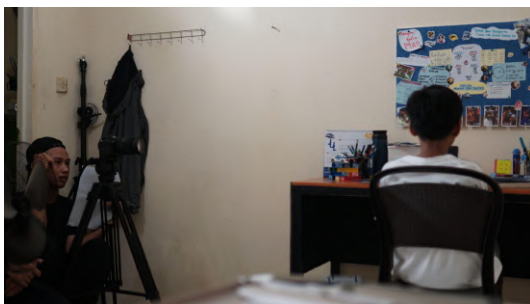
Swastha, Basu dan Irawan. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Syafiie, Inu Kencana. (2004). *Birokrasi pemerintahan Indonesia*. Bandung: Mandar Maju

Umbara, Diki. (2010). *How To Be A Cameraman*. Interprebook: Yogyakarta

Widiatmoko, D., & Tohir, M. (2020). Perangkap Visual Iklan *Pop Up* di Smartphone. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(2), 135-146. Diakses dari <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/3357>

LAMPIRAN



Proses produksi di lokasi



Proses Pre-Test