

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Soemirat Soleh. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Cutlip, M Scott, Allen H Centre, Glen M Broom. (2006). *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti.
- Foss, S. W. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong Gary. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana, Deddy. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarno, Marselli. (1996). *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: PT. Grasindo.

Sumber Lain:

YouTube. (2018). *YouTube Channel Toyota Indonesia: Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode*. Melalui: <https://www.youtube.com/user/ToyotaIndonesia> Diakses pada tanggal 23 April 2019

Wikipedia. (2019). *Seri Web*. Melalui: https://id.wikipedia.org/wiki/Seri_web Diakses pada tanggal 23 April 2019

Pakar Komunikasi. (2017). *Teori Semiotika Charles Sander Peirce – Sign – Object – Interpretant*. Melalui: <https://pakarkomunikasi.com/teori-semiotika-charles-sanders-peirce> Diakses pada tanggal 24 April 2019

Academy. (2018). *Branded Web Series, Bentuk Content Marketing Efektif*. Melalui: <https://academy.getcraft.com/id/branded-web-series-bentuk-content-marketing-efektif> Diakses pada tanggal 26 April 2019

Tribun Otomotif. (2018). *Ketika Mobil Sudah Menjadi Gaya Hidup*. Melalui: <https://www.tribunnews.com/otomotif/2018/02/26/ketika-mobil-sudah-menjadi-gaya-hidup> Diakses pada tanggal 28 April 2019

