

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto. 2012. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Jakarta
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ismiati, Nanik. 2000. *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kennedy, John E dan R Darmawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication Taktik & Strategi*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Michael Quinn Patton. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 3rd Edition, Thousand Oaks. California: Sage Publications, Inc
- Moleong, L.J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rachmat Krisyantono. 2008. *Public Relation Writing*. Jakarta : Prenadamedia group
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan. Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susanto, A.B & Wijanarko, H, 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga
- Wiyatmi. 2005. *Pengantar Kajian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka
- Sumardjo, Jakob dan Saini. 1988. *Apresiasi Kesusastraan*. Jakarta: Gramedia .

Jurnal :

Ari Sulistyanto, 2019. *The Agenda Formation Of The Fantasy Of Identity Politics in The Digital Media and Its Effect Towards Cohesiveness of 212 Alumni Brotherhood*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Ambar Lukitaningsih. 2013. *Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. Skripsi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Baskorohito Abiromo. 2014. *Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

Bortnann, E. G., 1985, *Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation*, *Journal of Communication*, Vol. 35 (hal. 4).

Humphrey Wachuli Wasswa, 2017. *Selling nationalism : Influence of patriotic advertising on consumer ethnocentrism in Kenya*. *European journal of Social Sciences Studies*

Ikhsan Gunawan, 2010. *Motivasi Kerja Guru Tidak Tetap Di Berbagai Sma Swasta Di Kota Semarang*. Skripsi . Universitas Dipenogoro Semarang

Intan Rizky Mutiaz, 2019. *Konstruksi realitas simbolik generasi milenial melalui tema fantasi selebgram di media sosial*. Insitut Teknologi Bandung

Iraswati Suryadi, 2010. *Teori Konvergensi Simbolik*. *Jurnal Academia Fisip Untad*. Vol.2 No. 02 : 427

Kidd, V. (2004). *Fantasy theme analysis*. *Departement of communication studies* California State University, Sacramento, USA.

Laskarko Patria, 2019. *Fantasi kelompok pendukung prabowo di media sosial pada debat pemilihan presiden indonesia 2019*. Bina Nusantara University

Mariona Lladonosa Latorre, 2019. *Banal nationalism and everyday nationalism in experiential advertising . A sampel of advertisements broadcast on the Catalan public television (2009-2017)*. Universitat de Lleida. Vol.33 (2)

Roro Retno Wulan, Dewi K. Soedarsono dan Yuliana Caesaria. 2018 *Kajian Analisis Tema Fantasi Penggambaran Identitas Perempuan Batak Dalam Akun Instagram @Gita_bhebhita*. Universitas Telkom

Yuko Minowa, 2017. *Ad Hoc Japonisme: how national identity rhetorics works in Japanese advertising*. Long Island University

Sumber internet :

Digarap Dimas Djayadiningrat, Iklan Gojek Bikin Nostalgia. Hitekno.com. 23 Juli 2019. Diakses pada 20 Juli 2020. Melalui

<https://www.hitekno.com/internet/2019/07/23/202801/digarap-dimas-djayadiningrat-iklan-gojek-bikin-nostalgia>

Cerdiki Awards. Gojek Indonesia. Diakses pada 23 Juli 2020 melalui <https://www.gojek.com/cerdikiawan/>

Luncurkan Liga Cerdikiawan, Gojek Sosialisasikan Cara Aman Bertransportasi. Harianjogja.com . 12 September 2019. Diakses pada 23 Juli 2020 melalui <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/09/12/512/1018294/luncurkan-liga-cerdalisasikan-cara-aman-bertransportasiikiawan-gojek-sosi>

Kritik untuk Nadiem dan Go-Jek Si Karya Anak Bangsa (India). Medcom.id. 21 April 2016. Diakses pada 15 Maret 2020 melalui <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/Wb7OGLnb-kritik-untuk-nadiem-dan-go-jek-si-karya-anak-bangsa-india>