



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Alexander, B. (2017). *The New Digital Storytelling: Creative Narratives with New Media*. California: ABC-CLIO

Altstiel. (2010). *Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design*. London: SAGE Publications

Ascher, S., & Pincus, E. (2007). *The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age* (3rd Edition ed.). New York: Penguin Group

Bahri, S.D., (2008). *Konsep dan Definisi Konseptual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Belch, G. E. & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion, An Intergrated Marketing Communication Perspective*, 7th Edition. New York: McGraw Hill

Butterfield, Leslie. (2003). *Excellence in Advertising*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

Bordwell, D., & Thompson, K. (2008). *Film Art: An Introduction* (8th Edition ed.). New York: McGraw-Hill.

Ciccarelli, D. & Ciccarelli, S. (2013). *Voice Acting For Dummies*. Canada: Wiley

Clark, R.P. & Fehl, P. (2006). *Career Opportunities in the Visual Arts*. New York: Ferguson An imprint of Infobase Publishing

- Dancyger, Ken, & Rush, Jeff. (2007). *Alternative Scriptwriting: Successfully Breaking the Rules* (4th ed.). USA: Focal Press.
- Dunne, P. (2006). *Emotional Structure: Creating The Story Beneath The Storyline:A Guide for Screenwriters*. California, United States: Linden Publishing.
- Egri, L. (1960). *The Art of Dramatic Writing: In Basis in the Creative Interpretation of Human Motives*. New York: Simon & Schuster, inc.
- Forman, J. (2013). *Storytelling in Business: Thr Authentic and Fluent Organization*. California: Stanford University Press
- Imam, A. (2015). *Konsep Adalah? Apa Itu Konsep? Ini Penjelasan Mengenai Arti Konsep*. Diunduh dari <http://www.kuliah.info/2015/05/konsep-adalah-apa-itu-konsep-ini.html>
- Johnstone, S. (2011). *Briefing An Agency*. United Kingdom: IPA
- Komter, A. E. (2005). *Social Solidarity and The Gift*. United Kingdom: Cambridge University Press
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kozloff, S. (1998). *Invisible Storytellers: Voice-Over Narration in American Fiction Film*. Los Angeles: University of California Press
- Kozloff, S. (2000). *Overhearing Film Dialogue*. Los Angeles: University of California Press

Mackay, Adrian. (2005). *The Practice of Advertising*. Oxford: Elsevier

Butterworth-Heinemann

Marwadi, M. K. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembeli (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemme)*. Malang: Universitas Brawijaya

McKee, Robert. (1997). *Story: Substance, Structure, Style, and Principles of Screenwriting*. USA: ReganBooks.

Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terbaru*. Jakarta: Peranda Media Group

Nasution. (2006). *Berbagai Pendekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara

Owen, D. (2011). *The Film Director*. Retrieved from <http://www.mediacollege.com/employment/film/director.html>

Phillips, W. H. (2009). *Film: An Introduction*. USA: Bedford/St. Martin's

Rabiger, M. Hurbis-cherrier, M. (2013). *Directing Film Techniques and Aesthetics*. United Kingdom: Focal Press

Rifa'i, A. (2010). *Fiqih untuk Madrasah Tsanawiyah*. Jakarta: Erlangga

Sadowsky, J. (2012). *The New Marketing: Social Media, Email and The Art of Storytelling*. Berlin: Createspace Independent

Sandrayani, D. (2012). Mendesain Logo: Menerapkan Metode Hermeneutika

Untuk Memahami Client Brief. *Jurusan Ilmu Seni & Desaon Ultimart*, V, 9-

18

Schmidt, V.L. (2005). *Story Structure Architect*. Georgetown, Canada: Writer's

Digest Books

Suyanto, M. (2004). *Analisi dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*.

Yogyakarta: Penerbit Andi

Sweetow, S. (2001). *Corporate Video Production Beyond The Board Room (And*

Out Of The Board Room). United States: Focal Press

