



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:

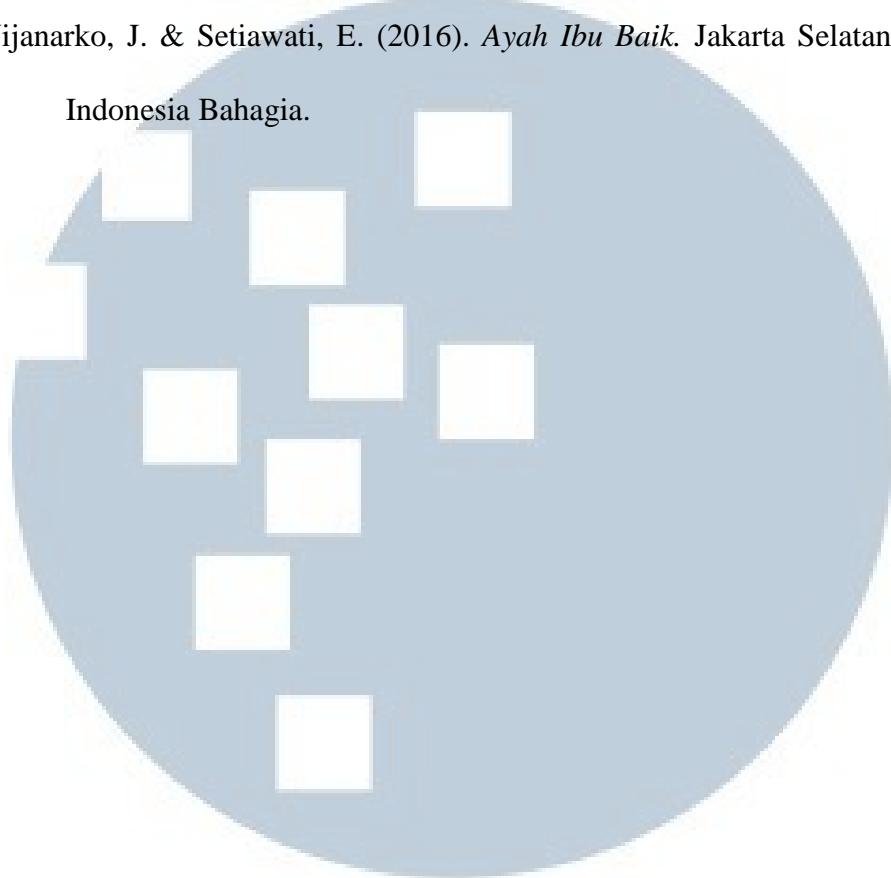
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. & Muhibin, S. A. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Adimodel. (2009). *Professional Lighting for Photographer Lighting for Beauty*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ang, T. (2008). *Fundamentals Of Modern Photography*. London, UK: Octopus Publishing Group Limited.
- Ardhi, Y. (2013). *Merencanakan Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka Publisher.
- Fahmi, A. B. (2010). *Menit Untuk Anakku: Buku Harian Untuk Orangtua*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Akutansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Graha, C. (2008). *Keberhasilan Anak Di Tangan Orang Tua*. Jakarta, Indonesia: PT Elex Media Komputindo
- Kartajaya, H. (2004). *On Positioning - Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kartajaya, H. (2006). *On Segmentation - Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning: Cetakan ke-8*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi*. Surabaya, Indonesia: PT Elex Media Komputindo.
- Laurer, D. A. & Pentak, S. (2008). *Design Basics, Seventh Edition*. Canada: Clark Baxter.
- Landa, R. (2010). *Advertising By Design Generating and Designing Creative Ideas Across Media (2nd ed)*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Langford, M. (2007). *Basic Photography. The Guide For Serious Photographers, Eighth Edition*. USA: Focal Press.
- Madjadikara, A. S. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Marliani, R. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rustan, S. (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: Gramedia.
- Rustan, S. (2009). Mendesain Logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samara, T. (2006). *Type Style Finder*. Singapore: 20 Kaki Bukit View.
- Supriyono, D. (2010). *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Venus, A. (2007). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung, Indonesia: Simbiosa Rekatama Media.

Wijanarko, J. & Setiawati, E. (2016). *Ayah Ibu Baik*. Jakarta Selatan: Keluarga Indonesia Bahagia.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA