

## DAFTAR PUSTAKA

Ambar Lukitaningsih (2013). *IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*.

<https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>

BAYU TRIA F (2011). *STRATEGI KREATIF DALAM MEMBUAT IKLAN YANG BAIK DAN EFEKTIF*.

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/22029/NDI2MzU=/Strategi-Kreatif-Dalam-Membuat-Iklan-Yang-Baik-Dan-Efektif-Brandconcept-Communications-Semarang-Trijaya-Utama-Sakti-abstrak.pdf>

Rivaldo Gabriel Saragih (2020). *PERAN VIDEO EDITOR DALAM DIGITAL CONTENT*

<http://repository.untag-sby.ac.id/6273/1/TUGAS%20DIGITAL%20CONTENT-PERAN%20VIDEO%20EDITOR%20DALAM%20DIGITAL%20CONTENT.pdf>

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA