



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

- Ananto, E.G. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media
- Altstiel, T. & Grow, J. (2010). *Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design (2nd Ed)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Anurogo, D. (2014). Net Sains Your Knowledge For The World: *Multitasking Menurut Perspektif Neurosains* diakses dari <http://netsains.net/2014/06/multitasking-menurut-perspektif-neurosains/>
- Buhler, C. (1983-1974). Guru Pendidikan: *24 Pengertian, Jenis dan Tujuan Sosialisasi Menurut Para Ahli Lengkap* diakses dari <http://www.gurupendidikan.com/24-pengertian-jenis-dan-tujuan-sosialisasi-menurut-para-ahli-lengkap/>
- Dyrad, P. (2015). Techijau.com, *Apa itu Multitasking Serta Efek yang Ditimbulkan* ? diakses dari <http://techijau.com/apa-itu-multi-tasking/>
- Ivonna, A. (2015). Astalog.com, Sumber Informasi dan Ilmu Pengetahuan: *Apakah yang Dimaksud Dengan Media?* Diakses dari <http://www.astalog.com/4021/apakah-yang-dimaksud-dengan-media.htm>
- Kusuma, S. (2016). Femina Pesona: *Stop Multitasking !* . diakses dari <http://www.pesona.co.id/article/stop-multitasking->
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions*. Wadsworth: Clark Baxter.

Nyoy, F. (2015). Referensi Belajar Sosiologi: *Pengertian Sosialisasi*, diakses dari <http://www.fahdisjro.com/2015/04/pengertian-sosialisasi.html>

Parente, D. E. (2006). *Advertising Campaign Strategy*. Mason: Thomson Higher Education.

Perdana, S. (2016). Hello Sehat: *Kenapa Multitasking Ternyata Tidak Baik ?* diakses dari <https://hellosehat.com/multitasking-ternyata-tidak-baik/>

Poulin, R. (2011). *The Language Of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles*. Beverly Massachusetts, USA: Rockport Publisher

Rosen, Larry D., Carrier, Mark L., Cheever, Nancy A. (2013). Psychoshare Berbagi Ilmu dan Literatur Psikologi: *Dampak Positif dan Negatif Multitasking: Pilih Kuantitas atau Kualitas?* Diakses dari <http://www.psychoshare.com/file-902/psikologi-industri-dan-organisasi/dampak-positif-dan-negatif-multitasking-pilih-kuantitas-atau-kualitas.html>

Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Rustan, S. (2009). *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama

Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual: Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta, Indonesia: Arte Intermedia

Saverin, W. J. & Tankard, J. W. (2010). *Communications Theory; Origins, Method, and Uses in New Media*. UK: Addison Welsey Longman.

Suproyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zieldi, Z. (2009). Strategi Manajemen Pemasaran: *Pengertian Copywriting dalam Periklanan*, diakses dari <http://zakiadverthink.blogspot.co.id/2009/11/pengertian-copywriting-dalam-periklanan.html>

UMMN