



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

BUKU

- Harsanto, Prayanto Widyo. 2016. *Retorika Visual Fotografis dalam Iklan Koran*. Yogyakarta: Kanisius.
- Katz, Helen E. 2007. *The Media Handbook: a complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kobré, Kenneth. 2013. *Photo Journalism: the professionals' approach*. London: Focal Press.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moe, Wendy W & Schweidel, David A. 2014. *Social Media Intelligence*. New York: Cambridge University Press.

E-BOOK

- Ambrose, G. & Hariss, P. 2003. *The Fundamental of Creative Design*. E-book. Switzerland: AVA Publishing. Diakses pada 29 November 2016.
http://dlia.ir/Scientific/e_book/Bibliography_Library_Science.../Practical.../025151.pdf
- Nugroho, Y., Putri, Dinita A. & Laksmi, S. 2012. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. E-Book. Jakarta: CIPG dan HIVOS. Diakses pada 29 November 2016. <http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf>

INTERNET

- Lubis, Mila. 2016. "Pertumbuhan Belanja Iklan Menunjukkan Arah Positif". Nielsen. Diakses pada 22 Januari 2017.
<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/PERTUMBUHAN-BELAJA-IKLAN-MENUNJUKKAN-ARAH-POSITIF.html>
- Situs resmi MRA Media: www.mra.co.id diakses pada 29 November 2016.