



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

- Adityawas, SA. (2010). Tinjauan Desain Grafis. Jakarta: Concept Media.
- Ardhi, Yudha (2013). Merancang Media promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta : Taka publisher.
- Daymon,C.K & Holloway, I. (2002). Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communication. Yogyakarta : Bentang
- Haryanto, Goenadi. (2010). Buku Fotografi64. Jakarta : Indomultimedia Communications Group.
- Kusmiati R, Artini. (1999). Teori Dasar Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Djambatan.
- Landa, R. (2011). Graphic Design Solution (4th ed.). USA: Wadsworth.
- Murdiyatomoko, J. (2009). Sosiologi : memahami dan mengkaji masyarakat. Jakarta : PT Grafindopratama.
- Rustan, S. (2011). Font & Tipografi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2009). Layout, Dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2013). Kiat dan Strategi : kampanye Public Realition. Jakarta : Raja Grafindo Utama.

Safanayong, Yongki. (2006). Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Arte I
ntermedia.

Venus, Antar (2009). Managemen Kampanye: Panduan dan Paktis
dalammengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosia.

