DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Agger, Ben. (2003). *Teori sosial kritis : kritik, penerapan dan implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Azhar Arsyad. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Rajawali Pers.

Bahari, Nooryan. (2008). *Kritik Seni Wacana Apresiasi Dan Kreasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Batey, Ian (2003). *Branding Asia: Cara Hebat Menempuh Keberhasilan*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Binanto, Iwan. (2010). *Multimedia Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Bourdieu, Pierre (1984). *Distintion: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Terjemahan Richard Nice.

Bungin, Burhan (2009). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Durianto,Darmadi, Sugiarto, Anton WW, Hendrawan S (2003) *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka,

Effendi, Onong (1981). *Dimensi – Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.

Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen Public Relations (Konsep Aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta: Pustaka Utama Grafitri.

----------. (1995). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip & Eduardo L. Roberto. (1989). *Social marketing strategies for changing public behavior*. New York: The Free Press.

Leo. (2009, april). *Pengetahuan Karakter*, Psikomedia, 65.

Liliweri, Alo. (1992). *Dasar Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Lwin, May & Aitchison, Jim. (2005). *Clueless in Advertising*; Pengalih Bahasa, Paul A, Rajoe. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Madjadikara, Agus S (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

---------- (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

---------- (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Masri, Andry. (2010). *STRATEGI VISUAL : bermain dengan formalistik dan semiotik untuk menghasilkan kualitas visual dalam desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

Mutmainah, Nina, dkk. (1997). *Materi pokok psikologi komunikasi*. IKOM4345/3SKS/Modul 1-9. Jakarta: Universitas Terbuka.

Nurgiyantoro, Burhan. 1995. Teori Pengkajian Fiksi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Pace, Wayne R. dan Faules, F. Don. (2006). *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Powell, F William. (1984). *Color And How To Use It*. Laguna Hills: Artist's Library Series.

Prakosa, Gatot. 2010. *Animasi : pengetahuan dasar film animasi Indonesia*. Jakarta: Yayasan seni visual Indonesia.

Roman, Kenerth, Jane Maas & Martin Nisenholtz (2005). *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Ruslan, Rusady. (1998). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Rustarmadi. (2005). Gambar Bentuk. Surabaya: Unesa University Press.

Suhandang, Kustadi (2005). *Periklanan : Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.

Sutherland, Max. (2000) *Advertising and the mind of the consumer*. Jakarta: PPM.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1997). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Williams, Raymond, (1983) *Keyword*, London: Fontana.

Jurnal

Ekawardhani, Y, A., Irma, R. (2015). Prinsip Antropomorfisme dan Personifikasi dalam Karakter Film Animasi Kartun Anak. Universitas Komputer Indonesia: Tidak diterbitkan.

Sumber Artikel Internet

Masri, andri 2013 (16 april). Strategi Visual. Diambil Dari : http://andrymasri.co.id/p/strategi-visual.docx

Monlee & Carla Johnson, 1999 (7 mei). *Principles of Advertising:A Global Perspektive,* Diambil dari http://komunikasipublik.multiply.com