

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anggraini, L., Nathalia, K. (2016). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Aryastami Tarigan Aryastami, N., & Tarigan, I. (2017). *Kajian Kebijakan Dan Penanggulangan. Masalah Gizi Stunting Di Indonesia Policy Analysis On Stunting Prevention In Indonesia*. Buletin Penelitian Kesehatan, 45(4), 233–240.
- Alan Male. (2007). *Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*. London: Bloomsbury Publishing. Tersedia dari <https://www.google.co.id/books/edition/Illustration/9wu8DQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=illustration%20a%20theoretical%20and%20contextual%20perspective&pg=PA2&printsec=frontcover>
- Branston, Gill dan Roy Stafford. (2003). *The Media Students Handbook*. London: Routledge.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2015) *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara Hafied. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Databokskatadata.co.id. (2021). *Stunting Balita Indonesia Masih di Atas 24% pada 2021*. Diakses pada 3 November 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/stunting-balita-indonesia-masih-di-atas-24-pada-2021>
- Dianputri, P., & Rosmiati. (2020). *Strategi Kreatif Periklanan “Pined Warehouse Perigee” Melalui Media Sosial Instagram*. *Journal of Advertising and Visual Communication*, 1(1), 47-48

- Deddy, Mulyana. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Dagun, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengakajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Effendy, Onong Uchjana (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendi. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fourqoniyah, Aransyah. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Jakarta: Lakeish. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Ajar\\_Pengantar\\_Periklanan/XYESEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Pengantar_Periklanan/XYESEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Herdiyan Maulana, Gungum gumelar. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Hovland, Janis. and Kelley. (1995). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Iskandar. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press (GP Press).
- Ilhamsyah. (2020). *Pengantar Strategi Kreatif Adversiting Era Digital*. Yogyakarta: Andi.
- Jabar.bkkbn.go.id. (2022). *Dharma Wanita BKKBN Gelar MASTA Untuk Turunkan Stunting Di Garut*. Diakses pada 1 Januari 2023, dari <https://jabar.bkkbn.go.id/?p=4779>
- Kriyantono. (2013). *Buku makajemen periklanan*. Indonesia: Universitas Brawijaya Press. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Periklanan/CeBjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+periklanan&pg=PA3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Periklanan/CeBjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+periklanan&pg=PA3&printsec=frontcover).
- Kertamukti, R (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kusrianto, A. ( 2013). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Tersedia dari  
[https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR\\_TIPOGRAFI/hn5cDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Pengantar+Tipografi&pg=PR3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR_TIPOGRAFI/hn5cDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Pengantar+Tipografi&pg=PR3&printsec=frontcover)
- Moriarty Sandra. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy., dan Wells, William. (2011). *Advertising*. Edisi kedelapan, Diterjemahkan oleh: Triwibowo B.S., Penerbit: Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Moleon, L.J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mediaindonesia.com. (2022). *Masta, Masakan Sehat Atasi Stunting dari Garut*. Diakses pada 1 Januari 2023, dari Sumber: <https://mediaindonesia.com/humaniora/514956/masta-masakan-sehat-atasi-stunting-dari-garut>
- Nuradi, Wicaksono Dkk. (1996). *Kamus Isilah Periklanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nursolih dkk. (2021). Strategi Promosi Kampung Cai Ranca Upas Melalui Event Kuliner, 8(6), 2-3.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain grafis computer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rogers, E. M., & Storey J. D. (1987). *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & Arief.
- Rajasundaram,C.V. (1981). *Manual of Development Communication*. Singapore: Asian.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Suriyanto. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Layout\\_Dasar\\_dan\\_Penerapannya/31hjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Rustan%20Suriyanto%20Layout%20Dasar&pg=PP4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Layout_Dasar_dan_Penerapannya/31hjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Rustan%20Suriyanto%20Layout%20Dasar&pg=PP4&printsec=frontcover)

- Shimp. (2003). *Periklanan dan Promosi*, edisi 5, jilid 1. Jakarta: Erlangga. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan\\_dan\\_Promosi\\_edisi\\_5\\_jilid\\_1/4zG8p9bj2yEC?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_dan_Promosi_edisi_5_jilid_1/4zG8p9bj2yEC?hl=en&gbpv=0)
- Swasty, Utama. (2017). *Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website*, 3(10), 1-2.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi media: cerdas bermedia khalayak media massa*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Widya. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Jurus\\_Jitu\\_Menguasai\\_Copywriting/nMnyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+copywriting&pg=PA2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Jurus_Jitu_Menguasai_Copywriting/nMnyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+copywriting&pg=PA2&printsec=frontcover)
- Yulianto. (2018). *Buku Sakti Kuasai Desain Grafis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. Tersedia dari [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Sakti\\_Kuasai\\_Desain\\_Grafis/GXRHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Sakti_Kuasai_Desain_Grafis/GXRHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)