

DAFTAR PUSTAKA

- Altstiel, T., & Grow, J. (2006). *Advertising Strategy: Creative Tactics From the Outside/In*. SAGE.
- Anam, C., & R., E. W. (2017). INTRODUKSI BOOTH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KUE LEKER MENUJU UKM NAIK KELAS. *E-DIIMAS*.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual* (Vol. 1). (M. Fahmi, Ed.) Purwokerto Barat, Jawa Tengah: Zahira Media Publisher.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Arifiyanto, A., Utari, P., & Rahmanto, A. N. (2019). PLATFORM MICROSITE : KONVERGENSI MEDIA PUBLIKASI KEMENTERIAN KEUANGAN RI DI ERA LITERASI DIGITAL. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Astuti, & Sandi, D. F. (2019). PENGARUH PENYULUHAN MAKANAN SEHAT BAGI BALITA TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN IBU BALITA. *Jurnal Kebidanan*.
- Barkah, A., & Agustiyani, I. (2021). Pengaruh Pola Makan Dengan Kejadian Gastritis di Puskesmas Setu I. *Jurnal Antara Keperawatan*.
- Farida, E., Kholidah, N. R., & Sarjono. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam.
- Febriani, V., Nasrika, E., Munasari, T., Permatasari, Y., & Widiatningrum, T. (2019). Analisis Produksi Microgreens Brassica oleracea Berinovasi Urban Gardening Untuk Peningkatan Mutu Pangan Nasional. *Journal of Creativity Student*.
- Gioia, F. D., & Santamaria, P. (2015). *Microgreens*. ECO-logica srl.
- Hartono, M., & Fauzi, R. (2019). HUBUNGAN ANTARA KAMPANYE DENGAN SIKAP REMAJA. *Inter Script: Journal of Creative Communication Volume*.

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 : moving from traditional to digital*. (A. Tarigan, Ed., & F. Ilyas, Trans.) Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumasari, K. E., & Sanica, I. G. (2022). STRATEGI MEMBANGUN BRAND ADVOCACY MARKETING PADA ERA INDUSTRI 4.0. *Eduonomika*.
- Landa, R. (2010). *Graphic Design Solutions* (4 ed.). USA: Cengage Learning.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN. *HUMANIORA*.
- Mualimah, H. (2022). KAJIAN PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI AISAS TERHADAP PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *KREATIF (Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif)*.
- Muyasaroh, S. (2013). KAMPANYE PERUBAHAN SOSIAL (Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Prilaku). *Jurnal Heritage*.
- Nuryani. (2013). POTENSI SUBSTITUSI BERAS PUTIH DENGAN BERAS MERAH SEBAGAI MAKANAN POKOK UNTUK PERLINDUNGAN DIABETES MELITUS. *Media Gizi Masyarakat Indonesia*.
- Rustan, S. (2017). *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, H., & Kartono, G. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout, Tipografi, Warna, dan Gambar Pada Sampul Majalah "Dinamika". *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*.
- Sloan, L., & Quan-Haase, A. (2016). *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE Incorporated.
- Surijati, K. A., Hapsari, P. W., & Rubai, W. L. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Makan Siswa Sekolah Dasar di Kabupaten Banyumas. *Nutriology Jurnal: Pangan, Gizi, Kesehatan*.
- Sutrisno, Pratiwi, D. C., Istiqomah, Baba, K. J., Rifani, L. E., & Ningtyas, M. A. (2018). Edukasi Bahaya Junk Food (Makanan dan Snack) dan Jajan Sembarangan dikalangan Remaja. *Journal of Community Engagement in Health*.
- Syaputra, D. Y. (2021). KONSEP STRATEGI PEMASARAN MARKETPLACE SEBAGAI PENERAPAN MARKETING 4.0. *Jurnal*

Indonesia Sosial Teknologi.

Tanjung, N. U., Amira, A. P., Muthmainah, N., & Rahma, S. (2022). Junk Food dan Kaitannya dengan Kejadian Gizi Lebih Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat.*

Tumiwa-Bachrens, I. (2018). *Aku pintar makan sehat.* (Kawanita, Ed.) Jakarta: PT. Kawan Pustaka.

Virginia, & Wijaya, L. S. (2020). ANALISISAISAS MODEL TERHADAP “BTS EFFECT” SEBAGAI BRAND AMBASSADORDAN INFLUENCER. *Jurnal Komunikasi.*