

Daftar Pustaka

- Amelia, S., Nuraini, Q., & Nugroho, D. R. (2019). PENGARUH KAMPANYE KOMUNIKASI PADA GERAKAN “BOGOGH KA BOGOR” TERHADAP PERUBAHAN SIKAP MASYARAKAT (Studi Kasus KECAMATAN BOGOR TENGAH). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(2), 124–133. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v3i2.1296>
- Andriani, D. (2017). Kampanye Sosial di Media Sosial (Studi Kasus Computer Mediated Communication) pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1). <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Ayini, N., Lalu, S., Nengrum, E. I., Kadir, S., & Hadju, V. A. (2023). Analisis Perbandingan Status Gizi Antara Yang Tinggal di Rumah dengan Kos-Kosan Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Jurusan Kesehatan Masyarakat Universitas Negeri Gorontalo. *Graha Medika Public Health Journal*, 2(1), 2829–1956. <https://journal.iktgm.ac.id/index.php/publichealth>
- Cahyono, H. (2019). PERAN MAHASISWA DI MASYARAKAT. *Jurnal Pengabdian*. <https://doi.org/10.4000/adlfi.2398>
- Cenadi, C. S. (1999). ELEMEN-ELEMEN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Nirmana*, 1. <https://doi.org/10.3181/00379727-206-43745>
- Fauziyah, R. (2017). *Macam-Macam Jenis Layout | Kelas Desain | Belajar Desain Grafis Mudah*. Kelasdesain.Com. <https://kelasdesain.com/macam-macam-jenis-layout/>
- Firmansyah, F. (2022). *Isi piringku*. Kementerian Kesehatan RI Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat. <https://kesmas.kemkes.go.id/konten/133/0/062511-isi-piringku>
- Hafiza, D., Utami, A., & Niriyah, S. (2020). HUBUNGAN KEBIASAAN MAKAN DENGAN STATUS GIZI PADA REMAJA SMP YLPI PEKANBARU. *Jurnal Medika Hutama*, 02, 332–342.
- Hafizhuddin, M. I. (2019). *Hubungan Antara Self Disclousure Melalui Status Wa Dan Kualitas Hidup Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surabaya*. http://repository.um-surabaya.ac.id/id/eprint/3715%0Ahttp://repository.um-surabaya.ac.id/3715/3/BAB_II.pdf
- Haughton, C. (2009). *Illustration vs Photography article*. <https://blog.chrishoughton.com/illustration-vs-photography-article/>
- Hermita, R., Loravianti, S. R., & Syafwandi, S. (2018). Kampanye Sosial Kembali Kemakanan Sehat. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(2), 153–163. <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.2.2018.153-163>
- Isfandari, S., & Lolong, D. B. (2014). Analisa Faktor Risiko Dan Status Kesehatan Remaja Indonesia Pada Dekade Mendatang. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 42(2), 122–130.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Mufidah, R., & Soeyono, R. D. (2021). Pola Makan, Aktivitas Fisik, dan Durasi Tidur Terhadap

- Status Gizi Mahasiswa Program Studi Gizi Unesa. *Jurnal Gizi Universitas Surabaya*, 01(01), 60–64.
- Nathaniel, A., Sejati, G. P., Perdana, K. K., Lumbantobing, R. D. P., & Heryandini, S. (2018). Perilaku Profesional Terhadap Pola Makan Sehat. *Indonesian Business Review*, 1(2), 186–200. <https://doi.org/10.21632/ibr.1.2.186-200>
- Nurauliani, Y., Iswandi, H., & Patriansyah, M. (2019). Perancangan Kampanye Kesadaran Pola Makan Sehat Bagi Masyarakat Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 74–81. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i2.599>
- Nurvianto, H. (2014). DESAIN LAYOUT DAN MEDIA PROMOSI DI PT. INFOARTA PRATAMA. *Mercubuana.Ac.Id*, 1–23. <https://repository.mercubuana.ac.id/10961/>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 159–165. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Pujiati, Arneliwati, & Rahmalia, S. (2015). HUBUNGAN ANTARA PERILAKU MAKAN DENGAN STATUS GIZI PADA REMAJA PUTRI. *Jurnal Online Mahasiswa*, 2(34), 129–152. <https://doi.org/10.12816/0027279>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Reza, F. (2019). PENGARYAAN PERANCANGAN BUKU KARTUN OPINI PERILAKU PENUMPANG DAN PENGEMUDI OJEK ONLINE. *Universitas Pasundan*, 8(5), 55.
- Rizati, M. A. (2022). *Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>
- Rokom. (2018). *Sehat Berawal dari Piring Makanku*. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20171026/4423501/sehat-berawal-piring-makanku/>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan. *Interaksi-Online*, 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>
- Satrio, D., Muhardono, A., & Lahir, D. H. M. (2023). Model Komunikasi AISAS Sebagai Efektifitas Paid Promote Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 10(1), 355–363.
- Surjadi, C. (2013). *Globalisasi dan Pola Makan Mahasiswa : Studi Kasus di Jakarta*. 40(6), 416–421.
- Susanto, D. (2021). *MODEL AISAS UNTUK MEMETAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS KONTEN TIKTOK #RACUNSHOPEE*.
- Tasya, P., & Sumiyati. (2022). *5 Tips Jaga Pola Makan Sehat Menurut WHO, Nomor 1 Sering Lupa*. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/1447575-5-tips-jaga-pola-makan-sehat-menurut-who-nomor-1-sering-lupa?page=1>
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144–157.

- Ulfah, S. H. (2010). *Efikasi Diri Mahasiswa Yang Bekerja Pada Saat Penyusunan Skripsi*. 1–145.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Wijaya, P. Y. (1999). TIPOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *NIRMANA*, 1(1), 47–54. <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/dkv/article/view/16040/16032>