

DAFTAR PUSTAKA

- ACLK KPK. (2016). *Strategi Kampanye Integritas Ala Mahasiswa*.
<https://aclk.kpk.go.id/materi-pembelajaran/sosial-budaya/buku/strategi-jitu-kampanye-antikorupsi-ala-mahasiswa-part-1>
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi Logo Dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 439. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.28131>
- Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM R.I. (2023). *PERLINDUNGAN MEREK KOLEKTIF UNTUK EKONOMI LEBIH PRODUKTIF*.
- Hidayati, N. R., Bachtiar, A., & Indriaty, S. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Surya Masyarakat*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.26714/jsm.1.1.2018.8-11>
- Khairunnisa, Q. A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Kampanye “Love Avoskin Love Earth” Di Media Sosial Terhadap Environmental Awareness Generasi Z. *E-Proceeding of Management Telkom University*, 9(44), 2601.
- Khoerunnisa, R., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Aktivitas Kampanye Public Relations dalam. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(4), 79–96.
- Noor, N. M., Muhamad, N. J., Sahabudin, N. A., & Mustafa, Z. (2018). Development of Skin Care Routine Support System. *Advanced Science Letters*, 24(10), 7830–7833. <https://doi.org/10.1166/asl.2018.13026>
- Putra, R. W. (2020). *PENGANTAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PENERAPAN ANDI* (Anggota IKAPI).
- Rahmawaty, A. (2020). Peran Perawatan Kulit (Skincare) Yang Dapat Merawat Atau Merusak Skin Barrier. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Farmasi Indonesia (BIMFI)*, 7(1), 005–010. <https://doi.org/10.48177/bimfi.v7i1.32>
- Ramdan, M. R., Nagara, M. R., & Hadiano, H. (2024). PERANCANGAN IKON CAGAR BUDAYA DAN MANUSKRIP DALAM LOGO OBJEK PEMAJUAN KEBUDAYAAN

KOTA BANDUNG. ATRAT: Jurnal Seni Rupa, 12(1).

- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286–290. <https://doi.org/10.24912/PR.V2I2.3589>
- Saputro, G. E., & Haryadi, T. (2018). EDUKASI KAMPANYE ANTI HOAX MELALUI KOMIK STRIP. *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(02), 238–255. <https://doi.org/10.25124/DEMANDIA.V3I02.1550>
- Sari sasi gendro, dea aulya. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Syauki, W. R., Ayu, D., & Avina, A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42–60. <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/25719>
- Wahyuningsih, S. (2013). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL* (Issue July). UTM PRESS.
- Wibawa, I. G. A. E., & Winaya, K. K. (2019). Karakteristik Penderita Acne Vulgaris di Rumah Sakit Umum (RSU) Indera Denpasar Periode 2014-2015. *Jurnal Medika Udayana. Universitas Udayana.*, 8(11), 1–4. <https://ojs.unud.ac.id>
- Yulia Susantri, Sri Wahyuni Rahayu, S. (2018). Inclusion Of Informationn On Cosmetic Products Label By The Business Actor Associated The Consumer Rights. *Syah Kuala Law Jurnal*, 2(1), 23111.