



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Adkins, A. (2016). *What millennials want from work and life*. Diunduh dari <https://www.gallup.com/workplace/236477/millennials-work-life.aspx>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik gender tematik: Profil generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and promotion: An intergrated marketing communications perspective*. Boston: McGraw-Hill.
- Cahyono, S. (2008). *Gaya hidup dan penyakit modern*. Jakarta: Kanisius.
- Carlson, E. (2008). *The lucky few: Between the greatest generation and the baby boom*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Centre for Strategic and International Studies. (2017). [Data statistik dari hasil survei nasional dalam bentuk PDF]. *Ada apa dengan milenial? Orientasi sosial, ekonomi dan politik*. Diunduh dari https://www.csis.or.id/uploaded_file/event/ada_apa_dengan_milenial____paparan_survei_nasional_csis_mengenai_orientasi_ekonomi__sosial_dan_politik_generasi_milenial_indonesia__notulen.pdf
- Griffin, E. A. (2003). *A First Look at Communication Theory*. Singapura: McGraw-Hill.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.
- Kotler, P., Roberto, N., & Lee, N. (2002). *Social marketing: Improving the quality of life*. California: SAGE Publications.
- Landa, R. (2013). *Graphic design solutions* (Edisi ke-5). Boston, MA: Cengage Learning.
- Larson, C. U. (1992). *Persuasion: Reception and responsibility*. California: Wardsworth Publishing Company.

- McQuail, D. & Windahl, S. (1993). *Communication models for the study of mass communications 2nd edition*. Robert C. Hornick (Ed.). London: Routledge.
- Munawir, A. (2018). Demi semangat kebhinekaan generasi millennial. Diunduh dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/10/21305651/demi-semangat-kebhinekaan-generasi-millennial>
- Perloff, R. (1993). *The dynamics of persuasion*. New Jersey: L. Erlbaum Associates.
- Pikir, B. S., Aminuddin, M., Subagjo, A., Dharmajati, B. B., Suryawan, I. G. R., & Eko, J. N. (Eds.). (2015). *Hipertensi: Manajemen komprehensif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. (2014). InfoDATIN: Hipertensi. Diunduh dari <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/infodatin/infodatin-hipertensi.pdf>
- Ridho, A. A. (2019). *Bekam Sinergi: Rahasia Sinergi Pengobatan Nabi, Medis Modern, & Traditional Chinese Medicine*. Solo: Aqwamedika.
- Sebastian, Y. (2016). *Generasi langgas millenials Indonesia*. Jakarta: GagasMedia.
- Umar, W. A. (2008). *Sembuh dengan Satu Titik*. Solo: Al-Qowam Publishing.
- Venus, A. (2018). *Manajemen kampanye: Panduan teoritis dan praktis mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.