

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The fundamentals of typography*. Bloomsbury Visual Arts.
- Andriani, A. (2023). Pengaruh Pesan Kampanye Public Relations #BijakBerplastik Danone-AQUA terhadap Sikap Ramah Lingkungan. *Journal Komunikasi*, 11(2), 17-24.
[10.31294/jkom.v12i1.10441](https://doi.org/10.31294/jkom.v12i1.10441)
- Anggraini, A. (2014). *Desain komunikasi visual: prinsip dan penerapannya*. Penerbit Gramedia.
- Annisa, N. R., Dieny, F. F., Nissa, C., & Tsani, A. F. A. (2020). Sugar-sweetened beverages as risk factor of central obesity among women in reproductive age. *Jurnal Gizi Indonesia. The Indonesian Journal of Nutrition*, 8(2), 126-132.
<https://doi.org/10.14710/jgi.8.2.126-133>
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. (2018). *Laporan nasional riskesdas 2018*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Bowdery, R. (2015). *The copywriter's handbook: A step-by-step guide to writing copy that sells*. HarperCollins.
- Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI). (2022). *Survei pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap cukai minuman berpemanis dalam kemasan (MBDK)*. CISDI.
- Daeli, W. A. C., & Nurwahyuni, A. (2019). Determinan Sosial Ekonomi Konsumsi Minuman Berpemanis di Indonesia: *Analisis Data Susenas 2017*. *Jurnal Ekonomi Kesehatan Indonesia*, 4(1), 6-30.
<https://doi.org/10.7454/eki.v4i1.3066>
- Damayanti, A. Y., Zahro, R. K., & Sari, F. K. (2021). Perbedaan pola makan saat puasa sunnah dengan status gizi di Pondok Pesantren. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 2(1), 31-36.
<https://doi.org/10.31004/jkt.v2i1.1544>

Dietrich, G. (2014). *Spin Sucks: Communication and reputation management in the digital age*.

Que Publishing.

GoodStats. (2024). Awas Diabetes, Konsumsi Minuman Manis pada Gen Z Masih Tinggi. Diakses pada 3 Februari 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/awas-diabetes-konsumsi-minuman-manis-pada-gen-z-masih-tinggi-b9QT5>

Hanifah, R. A., Wiboworini, B., & Budiastuti, V. I. (2023). Tren Konsumsi Minuman Manis Kekinian dan Efek yang Dirasakan pada Remaja. *Prosiding TIN PERSAGI 2023*, 165-172.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). Diabetes Melitus Tipe 2. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://ayosehat.kemkes.go.id/topik-penyakit/diabetes--penyakit-ginjal/diabetes-melitus-tipe-2>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kurniawan, Y. A., Barlian, Y. A., & Syafikaran, A. (2023). Perancangan Kampanye Sosial untuk Menekan Jumlah Diabetes di Kota Bandung. *e-Proceeding of Art & Design*, 10(6), 9749-9761.

Landa, R. (2010). *Advertising by design: Generating and designing creative ideas across media* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Landa, R. (2021). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.

Lestari, Zulkarnain, & Sijid, S. A. (2021). Diabetes Melitus: Review Etiologi, Patofisiologi, Gejala, Penyebab, Cara Pemeriksaan, Cara Pengobatan dan Cara Pencegahan. *UIN Alauddin Makassar*, 7(2), 45-60. <https://doi.org/10.24252/psb.v7i1.24229>

Male, A. (2021). *Illustration: A theoretical and contextual perspective* (2nd ed.). Bloomsbury Visual Arts.

Maslen, A. (2015). *Persuasive copywriting: Using psychology to influence, engage and sell*. Kogan Page.

- Novianti, M., Tiwow, V., & Mustapa, K. (2017). Analisis kadar glukosa pada nasi putih dan jagung dengan menggunakan metode spektronik 20. *Jurnal Ilmiah*, 6(2), 107-112.
<https://doi.org/10.22487/j24775185.2017.v6.i2.9>
- PERKENI. (2021). *Konsensus Pengelolaan dan Pencegahan Diabetes Melitus Tipe 2 di Indonesia*. PERKENI.
- Putra, I. M. E. D. W. M. (2024). *Komik Strip Sebagai Strategi Kreatif Kampanye Penerapan Pola Makan 3J pada Penderita Diabetes Melitus Tipe 2 di Buleleng* [Skripsi, Institut Seni Indonesia Denpasar]. Working Paper.
<http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/4210>
- Rossa, V. (2025, Januari 27). *Survei: Banyak genz khawatir dengan masa depan hingga picu gangguan kesehatan mental*.
<https://www.dewiku.com/ragam/2025/01/27/150505/hasil-survei-banyak-genz->
- Sagiyanto, A., & Qibtiyani, B. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Green Marketing Pada Produk Hellobottle.Id Dalam Upaya Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan Kepada Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 91-98.
<https://10.0.122.62/jkom>
- Sirait, F. N., & Mawuntu, R. C. L. (2023). Perancangan visual kampanye How to Value Creation in Modern Life. *e-Proceeding of Art & Design*, 10(6), 9750-9761.
<https://doi.org/10.61344/magenta.v7i01.97>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The dentsu way: Secrets of sross switch marketing from the world's Most innovative advertising agency*. McGraw Hill.
- Wahyuni, T. R., & Maulidya, C. F. (2022). Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto 'Landscape' Karya Nadav Kander. *Jurnal Dasarupa*, 4(3), 21-29.
<https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i3.134>
- Wiradiyanti, A. T. (2023). Perbedaan Asupan Gula Minuman Kemasan dan Status Gizi Pada Siswa Puasa Sunnah. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(4), 5367-5373.
<https://doi.org/10.12345/jkt>
- World Health Organization. (2021). *Diabetes*. Diakses pada 3 Februari 2025, dari <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>