

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arsyad, A. (2003). *Media Pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52–58. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i1.230>
- Baharuddin, A., Hengky, H. K., & Rusman, A. D. P. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN PEMBALUT SAAT MENSTRUASI TERHADAP RISIKO KANKER SERVIKS PADA SISWI SMA NEGERI 2 PANGKAJENE SIDENRENG RAPPANG. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan*, 2(1), 115–127. <https://doi.org/10.31850/makes.v2i1.129>
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Hendratman, H. (2010). *Tips & Trik Computer Graphics Design*. Informatika.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Andi Offset.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Raja Grafindo Persada.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Mahajan, T. (2019). Imperfect Information in Menstrual Health and the Role of Informed Choice. *Indian Journal of Gender Studies*, 26(1–2), 59–78. <https://doi.org/10.1177/0971521518811169>
- Moriarty, S., Wells, W., Mitchell, N., & Triwibowo, B. (2011). *Advertising*. Kencana.
- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (3 ed.). Kencana.

- National Population and Family Planning Board of Indonesia (BkkbN), Universitas Gadjah Mada (UGM) UHU, Universitas Sumatera Utara (USU), Health . TBMGIfPaRHATJHBSOP. Performance Monitoring and Accountability 2020 (PMA2020) Survey Round 2, PMA2016/Indonesia-R2. The Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health; Baltimore, MD, USA: 2016.
- Octavia, D., & Fadilla, A. N. (2017). PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN KANKER SERVIKS TERHADAP REMAJA WANITA DI KOTA JAKARTA. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 2(02), 200–215. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.935>
- Owen, L. (2019). *Kemiskinan Membuat Perempuan Asia Lebih Sulit Membeli Produk Terkait Menstruasi*. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-48473068>
- Period Poverty*. (2022). Royal College of Nursing. <https://www.rcn.org.uk/clinical-topics/Womens-health/Promoting-menstrual-wellbeing/Period-poverty>
- Rossouw, L., & Ross, H. (2021). Understanding Period Poverty: Socio-Economic Inequalities in Menstrual Hygiene Management in Eight Low- and Middle-Income Countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2571. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052571>
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw Hill.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Suryanto. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman*

Masyarakat Global. CAPS.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

Venus, A. (2010). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.

Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

WHO. (2013). *Human Papillovirus And Related Cancer In Indonesia*.

Widyatama, R. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan: Agar Tepat Kena Sasaran*. Cakrawala.

Wijayanti, A., Sumiyarsi, I., & Nugraheni, A. (2018). HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN JENIS PEMBALUT SAAT MENSTRUASI DENGAN KEJADIAN KEPUTIHAN DI SMK NEGERI 1 SUKOHARJO. *Jurnal EDUMidwifery*, 1(2).