

BIBLIOGRAPHY

Journal

1. A., Morissan M. dkk.2017. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana
2. Alfonso, M. N. (2021). ASPEK GRAMATIKAL KEAMBIGUITASAN IKLAN KOMERSIAL MEDIA CETAK BALIPOST. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBS>
3. Antar, V. (2004). Manajemen Kampanye;Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media
4. Arif Hartoyo, Menggunakan Kemasan Plastik Untuk Pangan Dengan Bijak. Ilmu dan Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor
5. Ariprihara, G. (2012). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. VISUALITA (Vol. 4). <http://visualita.unikom.ac.id/>
6. Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM (Vol. 2). Online. <http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>
7. Ashfihanis, F. & Siswanto, A. R. (2021). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Pada Museum Bekasi (Vol 8), <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16782>.
8. BPS. (2018). Statistik Lingkungan Hidup Indonesia; Pengelolaan Sampah di Indonesia. Jakarta; Badan Pusat Statistik Indonesia
9. Dagun, S. M. (2006). Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengakajian Kebudayaan Nusantara (LPKN)
10. Danton Sihombing (2015). Tipografi dalam Desain Grafis. Jakarta: Gramedia.
11. Defitri, M. (2023, March 15). Disiplinnya Jepang dalam Hal Pengelolaan Sampah. Waste4Change. <https://waste4change.com/blog/disciplinnya-jepang-dalam-hal-pengelolaan-sampah/>
12. Fachrunnisa, C. (2020). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX. Doctoral dissertation, IAIN KUDUS.
13. Fadillah, M. F. (2022). PERANCANGAN PROMOSI UNTUK MIE BASO SARI RASA TASIKMALAYA. Telkom University, Bandung.
14. Hasanuddin, Mugiarto, Sari, P. N., & Yoganingsih, T. (2021). Sampah: Banjir, Penyakit, Dan Nilai Ekonomi. Jurnal Abdimas

- Ekonomi Dan Bisnis (JAMEB), 1(1), 2019–2022.
15. Hasibuan, R. (2016). Analisis dampak limbah/sampah rumah tangga terhadap pencemaran lingkungan hidup. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 42-52.
 16. Iacovidou, E., & Dora, M. (2019, June 24). Kemasan plastik masih diperlukan untuk mencegah makanan jadi sampah dan melindungi lingkungan. *The Conversation*.
<https://theconversation.com/kemasan-plastik-masih-diperlukan-untuk-mencegah-makanan-jadi-sampah-dan-melindungi-lingkungan-1191>
 17. Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
 18. Jalita. (2018). *PEMANFAATAN MEDIA LUAR RUANG SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI KNPI ACEH*.
 19. Jecky, & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Sosial dan Word Of Mouth terhadap
 20. Karuniastuti, N. (2013). Bahaya plastik terhadap kesehatan dan lingkungan. *Swara Patra*, 3(1). Notoatmodjo, Soekidjo, 2010. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta; Rineka Cipta.
 21. Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. (2006), *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf* atau *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. (2007), Erlangga, Jakarta.
 22. L. Cavanaugh and B. Fredrickson, "Positive Emotions Are Like a Box of Chocolates: Without Identifying the Different Flavors You Never Know What Behavior You're Going to Get.," *Advances in Consumer Research*. Association for Consumer Research, vol. 37, pp. 24-27, 2010
 23. Luh, N., In, D., & Sari, D. (2013). *ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK*. 6(1).
<https://media.neliti.com/media/publications/224307-elemen-visual-kemasan-sebagai-strategi-k.pdf>
 24. Lukitaningsih, A. (2013). *IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 13).

25. M. Rizwan, S. Pirzada, A. Sohail, M. Nadeem, and W. Murid, "The Role of Advertising Appeals, Role of Celebrity & Expert in T.V Advertising Attitude," *IOSR Journal of Business and Management.*, 2013.
26. Maimunah, Manalu, D., & Kusuma, D. (2017). PERANCANGAN PROTOTYPE VISUAL PADA BAGIAN DESAIN SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PT. SULINDAFIN.
27. Malau, F. P. (2016). Bahaya Limbah B3 Terhadap Lingkungan. In *Analisa Daily Dampak Sampah Plastik bagi Lingkungan dan Kesehatan Manusia.* (2021, November 2).
28. Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG.
29. Moleong, J Lexy. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
30. Mulyana, M. (2019). STRATEGI PROMOSI DAN KOMUNIKASI.
31. Nurbani, S., & Kadarisman, A. (2016). Mood In Bodytext of Shampoo Advertisement: Proceeding The 3rd Bandung Creative Movement (BCM), Telkom University, Bandung.
32. P. Baines, C. Fill, and K. Page, *Essentials of Marketing.* New York, NY: Oxford University Press, 2013.
33. P. Kotler and G. Armstrong, *Principle of Marketing.:* Prentice Hall, 2013.
34. *Pemilihan Desain Grafis yang Bagus Sangat Penting Bagi Kepentingan Personal-Profesional, Ini Kiatnya! – SEBI.* (n.d). Sebi.umy.ac.id. Retrieved May 6, 2024, from <https://sebi.umy.ac.id/2024/01/13/pemilihan-desain-grafis-yang-bagus-sangat-penting-bagi-kepentingan-personal-profesional-ini-kiatnya/>
35. Prasetya, I. S., & Widyawati, N. (2016). PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, DAN PERIKLAMAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUKUBIMA ENERGI.
36. Putra, H. P., & Yuriandala, Y. (2010). Studi Pemanfaatan Sampah Plastik Menjadi Produk dan Jasa Kreatif. *Jurnal Sains & Teknologi Lingkungan*, 2(1), 21–31. <https://doi.org/10.20885/jstl.vol2.iss1.art3>
37. Richardus Widodo. Hati-hati Menggunakan Kemasan Plastik untuk Kemasan Makanan. *Teknologi Pangan - Fakultas Industri Pangan*

UNTAG Surabaya

38. Rustan, Suriyanto. (2008), *Layout Dasar dan Penerapannya*, PT. Gramedia, Jakarta.
39. S. H. H. Kazmi and K. S. Betra, *Advertising and Sales Promotion*: Excel Books India, 2009.
40. Sarah Hastawati Safitri, & Rizki Alfiansyah Firdaus. (2022). PERANCANGAN KAMPANYE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN AKSARA SUNDA DI KALANGAN REMAJA SMP KOTA SUKABUMI. *Narada*, 9(1), 1–1. <https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i1.001>
41. Sofiani, & Yulia, T. (2023). Strategi Promosi Wisata Sumber Mata Air Sailong. *Sulawesi Selatan Jurnal Inovasi Penelitian*
42. Sufandy. (2019). Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam IEEE International Conference on Circuit, Power and Computing Technologies, ICCPCT 2015.
43. Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill
44. Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
45. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
46. Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial Surabaya*: Jakad Media Publishing.

Books

1. Brown, Stephen.(2016).*Brand and Branding*
2. Cholil, Akmal Musyadat.(2023).*101 Guided Of Branding Ideas*
3. Lupton, D. (2014). *Digital sociology*. Routledge.
4. Lupton, E. (2015). *Graphic design : the new basics*. Princeton Architectural.
5. Sasetyaningtyas, Dewi.(2019). *Sustaination: Zero Waste Bukan Hanya tentang Mengganti Sedotan Plastik*

Article/News

1. Anindito, B.(2014). Definisi Kampanye. Prezi. Retrived 12 Mei 2018, from <https://prezi.com/jigpulc1rbit/definisi-kampanye>
2. Defitri, M. (2022, August 6). Kurangi Sampah Plastik dengan Kemasan Alternatif. Waste4Change. <https://waste4change.com/blog/kurangi-sampah- plastik-dengan-kemasan-alternatif/>
3. How to Be a Fresh and Sustainable Food Brand. (n.d.). Dephna. <https://www.dephna.com/insights/how-to-be-a-sustainable-food-brand>
4. Mangkoko. 2015. Mangkoko.com. Psikologi Warna Biarkan Warna Berbicara. http://mangkoko.com/ruang_baca/psikologi-warna-biarkan-warnaberbicara
5. Sensiklo. 2014. Ensiklo.com. Makna Psikologi Warna. <http://ensiklo.com/2014/10/makna-psikologi-warna/>
6. Si-pedia. 2014. Si-pedia.com. Psikologi Warna Arti Warna Dan Dampaknya. <http://www.si-pedia.com/2014/12/psikologi-warna-arti-warna-dan-dampaknya.html>
7. Surabaya e-health. Ketahui Kriteria Pada Kemasan Plastik yang Anda Gunakan. <http://www.surabaya-ehealth.org/dkksurabaya/berita/waspada-bahaya-kemasan-botolplastik>