

DAFTAR PUSTAKA

- A Kusrianto. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kerpen, Dave. (2011). Likeable Social Media. USA: The McGraw Hill companies.
- Meyerson, Mitch. (2010). Success Secrets of The Social Media Marketing. USA: Eliot house production.
- Hendriyana, Husen. 2017. Rupa Dasar Asas dan Prinsip Dasar Seni Visual. Bandung: Sunan Ambu Press ISBI.
- Herbalife Nutrition. (2021). Diet Decision Survey APAC. Online at <https://www.herbalife.com.sg/apacnews/press-release/diet-decisions-survey/>, diakses pada 14 April 2022.
- Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketings Management, Global Edition 15e. United States of America: Pearson Education, Inc.
- MAIYUNI, C., Puspitasari, D. I., & Gz, S. (2018). Perbedaan Aktivitas Fisik Dan Kebiasaan Sarapan Antara Siswa Overweight Dan Non-Overweight Di SMP 3 Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Moriarty, S., & dkk. 2009. Advertising. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. 2014. PERIKLANAN: KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- NABILA, N. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP BRAND EQUITY SEMEN GESIK DI KECAMATAN KEBOMAS (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningrum, N.N., & Pamela, A.W. (2022) Art of Therapy melalui proses kreatif menggambar untuk meningkatkan rasa tanggung jawab pada anak usia 4-5 tahun . Jurnal Penelitian Pendidikan, 22 (1), 2022. 1-11. doi:<https://doi.org/10.17509/jpp.v22i1.45692>

- Sandjaja, dkk. 2009. Kamus Gizi : Pelengkap Kesehatan Keluarga. Jakarta : Penerbit Kompas.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). Metodologi Penelitian Edisi Revisi. Yogyakarta: Kanisius.
- Utama, J., & Swasty, W. (2018). Daya Tarik Visual sebagai Brand Recall Pada Iklan Televisi (Studi Kasus: Iklan Mizone 2012 Versi "Etilt"). Jurnal Bahasa Rupa, 2(1), 43-45.