

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. R. Azhari, “Masalah Sampah di Indonesia,” 2021. www.Kompas.com.
- [2] H. K. Nurwigianti, “Indonesia Hasilkan 64 Juta Ton Sampah, Bisakah Kapasitas Pengelolaan Tercapai Tahun 2025,” Jakarta Pusat.
- [3] S. Everlin and R. Lie, “KAJIAN STRATEGI KAMPANYE VISUAL PEMANFAATAN KERTAS DAUR ULANG DI KALANGAN MAHASISWA DKV UBM,” 2012.
- [4] K. Boman, “Reduce, reuse, recycle,” *Offshore Eng.*, vol. 42, no. 7, pp. 34–35, 2017.
- [5] R. Pangestu, “Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual,” *Besaung J. Seni Desain dan Budaya*, vol. 4, no. 2, pp. 159–165, 2019, doi: 10.36982/jsdb.v4i4.796.
- [6] D. D. Melisa Anggraeni, Heru Dwi Waluyanto, “PERANCANGAN BUKU PANDUAN BERGAMBAR TENTANG PEMANFAATAN DAUR ULANG BARANG BEKAS BERNILAI EDUKASI DAN EKONOMI,” 2013.
- [7] M. F. Paradja, “Gammawaste,” 2021.
<https://cdn.detik.net.id/microsite/cnbc-tech-conf/document/GammawastetoCompanyProfileFIXNEW-20210913091613.pdf>.
- [8] T. Sutanti and M. Martadi, “Desain Maskot Bank Sampah Sumber Makmur Kelurahan Ganungkidul Nganjuk,” *Desgrafia*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2023, [Online]. Available:
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/article/view/54482>.
- [9] D. W. Setyanto and B. A. Prasetya Adiwibawa, “Perancangan Infografis Instruksional Kampanye R3 (Reduce, Reuse, Recycle)Ecobrick,” *Pros. Semin. Nas. Pakar*, pp. 1–7, 2019, doi: 10.25105/pakar.v0i0.4238.
- [10] J. Atika, R. Minawati, and A. E. B. Waspada, “Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah,” *PROPORSI J. Desain, Multimed. dan Ind. Kreat.*, vol. 3, no. 2, p. 188, 2018, doi: 10.22303/proporsi.3.2.2018.188-197.

- [11] K. Kotler, *Management Pemasaran 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [12] A. Geraldine, M. A. Azhar, and A. Noak, “STRATEGI GERAKAN SOSIAL BARU DALAM KAMPANYE PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK DI BALI.”
- [13] A. Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- [14] M. A. S, *Bagaimana Biro Iklan memproduksi Iklan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, 2016.
- [16] Krismaji, “Pengertian Informasi 1,” *Sist. Inf. Akunt. Esensi dan Apl.*, p. 14, 2015, [Online]. Available: eprints.polsri.ac.id.
- [17] R. P. DEWI, “Studi Kasus - Metode Penelitian Kualitatif,” no. April 2015, pp. 31–46, 2019, doi: 10.31227/osf.io/f8vwb.
- [18] D. Judithia, “Proses Adaptasi Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 54–69, 2019, [Online]. Available: <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1558/>.
- [19] N. Aziza, “Metode Penelitian Metode Penelitian,” *Metod. Penelit. Kualitatif*, no. 17, p. 43, 2017.
- [20] P. Pemasaran, “8 2.2 Jasa 2.2.1 Pengertian Jasa,” pp. 7–18, 2014.
- [21] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketings Management Global Edition*. United States of America: Pearson Education Inc, 2016.