

DAFTAR PUSTAKA

Asmalatur, R. (2023, August 13). Jumlah Pengguna Dating Apps Menunjukkan Tren Kenaikan. Goodstats. Retrieved February 16, 2024, from <https://goodstats.id/article/jumlah-pengguna-dating-apps-menunjukkan-trend-kenaikan-8rgMG>

Karina, A. A., & Budiwaspada, A. E. (2020). Perancangan Media Dalam Kampanye Sosial Untuk Mengatasi Toxic Dating Behavior Pada Aktivitas Kencan Online. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*, 11(2), 1-11.

Junior, K. G. (2021). Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Aplikasi Kencan Online “Tinder” di Kalangan Mahasiswa UNS.

Azzahra, O. F. S. (2022). *Hubungan Antara Kecemasan Kencan Dengan Kesepian Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Kencan Online* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

Pusiknas Bareskrim Polri. (2021). Fenomena Love Scamming: Jangan Gampang Percaya Kata-kata Cinta. Retrieved February 17, 2024, from https://pusiknas.polri.go.id/detail_artikel/fenomena_love_scamming:_jangan_gampang_percaya_kata-kata_cinta

Avezahra, M. H., & Puteri, N. A. (2017). Penipuan Cinta Online. *Riset-Riset Cyberpsychology*, 207.

Caroline, S., & Yudha, P. (2023, September 28). Riset: Gen-Z Rentan Kena Scam, Milenial Paling Sering Kecurian Data Pribadi. Tekno Kompas. Retrieved February 18, 2024, from <https://tekno.kompas.com/read/2023/09/28/18120067/riset-gen-z-rentan-kena-scam-milenial-paling-sering-kecurian-data-pribadi>

Tribun News. (2022, April 21). Inilah Sosok Komplotan Terduga Pelaku Penipuan Berkedok Cinta di Media Sosial, Raup Hingga 1 Miliar. Retrieved February 18, 2024, from <https://medan.tribunnews.com/2022/04/21/inilah-sosok-komplotan-terduga-pelaku-penipuan-berkedok-cinta-di-media-sosial-raup-hingga-1-miliar>

Yanuar, H. (2021, 7 march). Marak Kejahatan Love Scam, Wanita Paling Berisiko Jadi Korban Penipuan. Liputan 6. Retrieved February 18, 2024, from <https://www.liputan6.com/regional/read/4500209/marak-kejahatan-love-scam-wanita-paling-berisiko-jadi-korban-penipuan>

Eko, S. (2022, 7 April). Akhir Petualangan Penipu Cinta Asal Semarang di Magelang. Detik.com. Retrieved February 18, 2024, from <https://www.detik.com/jateng/hukum-dan-kriminal/d-6021530/akhir-petualangan-penipu-cinta-asal-semarang-di-magelang>

Reiny, D. (2023, 21 June). Kenalan di Aplikasi Kencan, Dokter Gadungan Tipu 18 Wanita. Republika. Retrieved February 18, 2024, from

<https://news.republika.co.id/berita/rwly2g414/kenalan-di-aplikasi-kencan-dokter-gadungan-tipu-18-wanita>

Nabilah, D., & Setiawan, R. F. (2023). Penerapan Kampanye Sosial “Makin Cakap Pikir” Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Pada Generasi Muda Di Indonesia Melalui Platform Campaign. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 146-153.

Nurhapina, A., Hendriawan, D., & Widjayatri, R. D. (2023). Aplikasi Kampanye Sosial Sociops sebagai Channel Informasi Pendidikan di Indonesia. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 6(2), 298-311.

Alamsah, R., & Abidin, M. R. I. (2022). 151 PERANCANGAN MASKOT UNTUK MENDUKUNG IDENTITAS VISUAL OBJEK WISATA AIR MERAMBAT RORO KUNING BAJULAN NGANJUK. *BARIK*, 3(2), 151-164.

Idntimes. (2023, November 24). Instagram Platfrom Paling Populer bagi Milenial Indonesia. Retrieved February 18, 2024, from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/deti-mega-purnamasari/instagram-platform-paling-populer-bagi-milenial>

Antara News. (2023, August 30). Tinder Luncurkan Kampanye Kesadaran Publik Tentang Penipuan Asmara. Retrieved February 18, 2024, from <https://www.antaranews.com/berita/3703464/tinder-luncurkan-kampanye-kesadaran-publik-tentang-penipuan-asmara>

Bouke, D. V. (2024, February 22). State-Run Dating Apps Are They Morally Desirable. Retrieved March 18, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/378394073_State-Run_Dating_Apps_Are_They_Morally_Desirable

Mou, J. B. (2020). Study on social media marketing campaign strategy--TikTok and Instagram (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).

Chin, J. (2021). Love cheats: the psychology of love scams. In *Introduction To Cyber Forensic Psychology: Understanding The Mind Of The Cyber Deviant Perpetrators* (pp. 185-203).

Fauzi, M. I., & Yuliati, N. (2021). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai upaya edukasi pencegahan penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 148-155.

Putra, I. K. A. M., & Astina, K. A. D. (2019). Pemanfaatan media instagram multiple post sebagai sarana edukasi berbasis visual bagi warganet. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113-121.

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.

Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).

Arianto, B. (2021). Analisis Peran Buzzer Media Sosial dalam Memperkuat Kampanye Petani Milenial. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(2).

Hanindharputri, M. A., & Irhandi, I. G. N. G. G. (2020). Konten Visual Instagram Plaga Wine Sebagai Upaya Branding Kepada Generasi Milenial. *Jurnal Nawala Visual*, 2(1), 54-59.

Charlotte, & Charlotte. (2021, April 21). Funnelling in or funnelling out... is the marketing funnel effective? Business at Staffordshire University. Retrieved March 31, 2023, from <https://blogs.staffs.ac.uk/business/2020/02/26/funnelling-in-or-funnelling-out-is-the-marketing-funnel-effective/>

Fikhri, M., & Ramdhan, Z. (2020). Perancangan Desain Karakter Animasi 2d Dampak Kekerasan Di Sekolah (bullying) Terhadap Korban Dalam Tugas Perkembangan Remaja. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).

Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai identitas merek pada kemasan makanan tradisional kembang goyang khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(01), 9-13.

Morioka, A., and Stone, T. (2006). *Color Design Workbook A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design*. America: Rockport Publishers.

Suleman, D. (2023). Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. *PaKMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1-6.

Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pembelajaran dalam pembelajaran daring. *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(02), 425-436.

Devi, A. A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1-5.

Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad, H. (2023). Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(3), 307-317.

Kemenparekraf. (2024). Buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain. Retrieved April 1, 2023, from <https://www.kemenparekraf.go.id/pustaka/Buku-Dasar-Pengadaan-dan-Pengelolaan-Jasa-Desain>

Aura, R. (2024, February 2). Harga Instagram Ads 2024 : Marketing Efektif untuk Bisnis Online. Retrieved April 1, 2023, from <https://www.garuda.website/blog/harga-instagram-ads/>

Nizar, S. W. (2023, May 26). TikTok Ads : Jenis, Biaya, Cara Pasang, dan Tips. Retrieved April 1, 2023, from <https://revou.co/panduan-teknis/tiktok-ads>

Ice. (2023, November 14). Segini Harga Endors Influencer Berdasarkan Jumlah Followers. IDN Times. Retrieved April 1, 2023, from <https://www.ice.id/article/influencer-marketing/harga-endorse-sesuai-followers>

Kristinova, J. C. (2022). Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh Pada Generasi Milenial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(2), 350-363.

Stella, A. (2020, June 28). [Infografis] Benar Gak Sih Sinetron Kalah Pamor dari Drama Korea?. IDN Times. Retrieved April 2, 2023, from <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/stella/infografis-benar-gak-sih-sinetron-kalah-pamor-dari-drama-korea?page=all>

Daniel, K. (2020, October 26). How Long Does It Take To Change Your Habits?. Retrieved April 2, 2023, from <https://danielkarim.com/how-long-does-it-take-to-change-your-habits/>
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/4469/kiat-dan-strategi-kampanye-public-relations.html>

Maharani, K. (2013). Perancangan kampanye sosial “minimalkan penggunaan kantong plastik” melalui desain komunikasi visual.

Zainudin, A. (2021). Tipografi. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-131.

Hidayah, N., & Kusuma, S. W. D. (2020). Instagram Marketing Engagement di Wana Wisata Ranca Upas Kabupaten Bandung. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(2), 92-100.