



DAFTAR PUSTAKA

(1) Sumber Buku

Cangara, H. Hafied (2010), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Gregory, Annae (2018), *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2016), *Marketing Management Global Edition*, Amerika: Pearson.

Kriyantono, Rachmat (2014), *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis, Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

McQuail, D (2011), *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.

Moriarty, Sandra., *et al* (2011), *Advertising*, Edisi Kedelapan, Jakarta: Kencana.

Morissan, Alastair M. (2010), *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.

-----, (2013), *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana.

Mrbambang (2012), *Instagram Handbook*, Jakarta: Mediakita.

Priyatno, Duwi (2016), *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Prayitno, Sunarto dan Rudi Harjanto (2017), *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Depok : Raja Grafindo.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
tanpa izin IBIKKG.



Ruslim, Tommy Setiawan & Richard Andrew (2012), *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention* (Kasus: Kosmetik Merk X).

Seitel, Fraser P (2017), *The Practice of Public Relations Thirteen Edition*, New York: Pearson.

Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Venus A. (2014), *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zarella, Dan (2011), *Social Media Marketing Book*, Jakarta : Serambi Ilmu Semesta.

(2) Sumber Jurnal

Anggani, Calisca Hardiana (2014), *Pengaruh Program Kampanye “Say No To Plastic Bag” Oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat*, Universitas Prof. Dr. Moestopo.

Firdiyah, Ratih (2018), *Kampanye Sosial Gerakan Menutup Aurat di Bekasi*. Universitas Islam “45” Bekasi.

Lestari, Tirta (2015), *Skripsi: Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Normawati, Siti Maryam, dan Anjang Priyantini (2018), *Pengaruh Kampanye “Let’s
Disconnected To Connected” Terhadap Sikap Antik Phubbing (Survey Pada Followers
Official Account Line Starbucks Indonesia, FISIP, UPN.*

Rahmadilaga, Reddi (2017), *Skripsi: Strategi Public Relations Pemerintahan Kota Bandung
Dalam Pembentukan Opini Publik Kebijakan Pelanggaran Penggunaan Styrofoam.
Jurusan Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Institut Pertanian Bogor.*

Syaifudin, M. Eko Nur (2017), *Komunikasi Kelompok Dalam Kampanye Sosial Komunitas
Ketimbang Ngemus Regional Gresik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.*

Wulandari, Sisca (2019), *Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan Gerakan “Bogoh
Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor
Tengah), Universitas Pakuan Bogor.*

(3) Skripsi

Bahadur, Muslikh (2012), *Skripsi: Partisipasi Orang Tua Siswa Dalam Pembelajaran di SD
Islam Terpadu Salman Al Farisi Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.*

Lilies, Ikke (2014), *Skripsi: Pengaruh Partisipasi Organisasi Terhadap Communication Skills
Mahasiswa di Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie. IBII (Tidak
Dipublikasikan)*

Rahayu, Martiana Dwi (2018), *Skripsi: Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan
Infrastruktur Di Desa Sinarsari Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah,
Universitas Lampung.*



(4) Sumber internet

Arifah Iffah Nur 2018, *Gerakan Anti Sedotan Plastik Yang Kian Gencar di Indonesia*, ABC News, <https://www.abc.net.au/indonesian/2018-09-19/gerakan-anti-sedotan-plastik-di-indonesia/10280154>, diakses pada 27 Oktober 2019.

Ginting, Radian Nugraha 2019 , *"No Straw Movement", Sebuah Solusi Mengatasi Darurat Limbah Plastik di Laut Indonesia*, Kompasiana, diakses 12 November 2019, <https://www.kompasiana.com/radianginting/5d941f210d8230108240cd32/no-straw-movement-sebuah-solusi-mengatasi-darurat-limbah-plastik-di-laut-indonesia?page=all>.

Winarso, Bambang 2015, *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*, Daily Social , <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada 14 November 2019,

Kegiatan Usaha Perusahaan, PT Fastfood Indonesia, diakses 16 November 2019, <http://kfcindonesia.kfcku.com/kegiatan-usaha-perusahaan>.

Hak cipta milik BI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.