

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal:

- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Widya Padjadjaran.
- Azwar, S. (2015). *Sikap manusia: teori dan pelaksanaanya*. Pustaka Pelajar.
- Cangara, P. D. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Citrasiwi G, Hafiar H, S. D. (2015). *Pembentukan Sikap Masyarakat Terhadap Kesehatan Diri Melalui Kampanye 10 Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat*. 136–145. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Fuchs, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction Los Angles: SAGE Publications, Ltd. Interpretama Mandiri*. Kencana Pernada Media Group.
- Hari, F. (2018). Pengaruh Saluran dan Narasumber Kampanye Negatif terhadap Kepercayaan Isi Pesan: Studi Eksperimental Isu Korupsi Kandidat di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8361>
- J. Casiño, J., & Mark P. Walag, A. (2020). Design and Development of a Science Literacy Material on Vaccination as an Intervention Campaign for Parents of High School Students in the Philippines. *American Journal of Educational Research*, 8(10), 762–766. <https://doi.org/10.12691/education-8-10-4>
- Mailany Putri Dwi Handayani Ronauli, Uud Wahyudin, Funny Mustikasari, D. I. M. (2016). Hubungan Antara Pesan Kampanye 9 Aksi Ramah Lingkungan Di Akun Tw I Tte R E a R Th H O U R Bandung Dengan Sikap Fo Llo W E R S Aktif Terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Komunikasi Hubungan*, 1(1), 125–144.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetyo, B. D. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations (Revisi-7)*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.
- Sujianto, A. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. PT. Prestasi Pustaka Karya.

Suryadi, E. dkk. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Syafrikurniasari, N., & Widiani, P. (2020). The Influence of ‘No Straw Movement’ Campaign Message Social Media on Changing Public Attitudes. *Journal Communication and Business*, 4(1), 17–26. <http://ojs.stiami.ac.id>

Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Perpaduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rektma Media.

Wawan, D. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Nuha Medika.

Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Konsep dan Aplikasi*. Ultimus.

Website:

<https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada tanggal 5 November 2020 pada pukul 13.05

<https://www.instagram.com/thebodyshopindo.impact/> diakses pada tanggal 16 November 2020 pada pukul 13.15

<https://www.komnasperempuan.go.id> diakses pada tanggal 16 November 2020 pada pukul 14.03

<http://yayasanpulih.org> dikases pada 16 November 2020 pada pukul 15.20

<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-49014401> diakses pada tanggal 16 November 2020 pada pukul 16.04

<https://nasional.kompas.com/read/2019/11/27/13414591/survei-krpa-perempuan-13-kali-lebih-rentan-alami-pelecehan-seksual-di-ruang?page=all> diakses pada tanggal 20 November 2020 pada pukul 14.16

<https://www.thebodyshop.co.id/blog/stop-sexual-violence> dikases pada 20 November 2020 pada pukul 15.14