

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiati, N. (2019). Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (PM 2) Seksi Pencegahan Tahun 2017. *Jurnal Komunnikatif*, Vol. 8 No 1.
- Apranita, D. (2020). Program Kampanye #dirumahaja di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol.4 No.2.
- Araujo, T. (2018). Communicating Effectively about CSR on Twitter. *Emerald Insight*, Vol. 28 Issue.2.
- Burhan, F. A. (2021, Maret 1). *Penggunaan WhatsApp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5e9a41f84eb85/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>
- Creswell, J. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Data Sebaran*. (2021, Juni 2021). Retrieved from Satuan Tugas Penanganan Covid-19: <https://covid19.go.id/>
- Emzir. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data (Ed. 1, Cet.4)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gainous, J. &. (2014). *Tweeting to Power: The Social Media Revolutions In American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Ghania, S. U. (2017). Efektivitas Instagram "Earth our Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.16 No.1.
- Great People, Great Food*. (2021, Februari 27). Retrieved from Great Giant Foods: <https://www.greatgiantfoods.com/>
- Gregory, A. (2017). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Haliq, A. I. (2018). Pemanfaatan Media Sosial untuk Mengampanyekan Program Listrik Pintar di PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselbar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.7 No.2.
- Hamdan, N. (2021, Maret 2). *Pengguna Instagram di Indonesia Terbesar ke-4 Dunia*. Retrieved from Tagar.id: <https://www.tagar.id/pengguna-instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>

Dilla Savira, 2022

IMPLEMENTASI KAMPANYE HEALTHY LIFESTYLE GREAT GIANT FOODS SELAMA PANDEMI COVID-19 MELALUI INSTAGRAM @GREATGIANTFOODS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id—www.library.upnvj.ac.id—www.repository.upnvj.ac.id]

- Ibrahim, I. &. (2017). *Komunikasi yang Mengubah Dunia Revolusi dari Aksara hingga Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iman, M. (2021, Maret 2). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Retrieved from goodnewsfromindonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Irso. (2021, Maret 1). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Retrieved from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia: https://kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Kemkes RI. (2020). *Panduan Gizi Seimbang Pada Masa Pandemi Covid-19*. Retrieved from <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/document/download/yM5dMmydje>
- Khatimah, K. (2019). Prevent Stunting Campaign: Dissemination of Health Information through Instagram. *Record and Library Journal*, Vol. 5 No. 1.
- Klingemann, H.-D. &. (2002). *Public Information Campaigns & Opinion, Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Linnea I Laestadius, e. a. (2016). #Vapelife: An Exploratory Study of Electronic Cigarette Use and Promotion on Instagram. *Taylor&FrancisOnline*, Vol.51 Issue.12.
- Maharani, B. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Kampanye "Traditional Games Returns". *Jurnal Kajian Media*, Vol.3 No.2.
- Miles, M. B. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadir, N. (1998). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Surasin.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sanders, A. (2017). Using a Media Campaign to Increase Engagement With a Mobile-Based Youth Smoking Cessation Program. *Sage Journals*, Vol. 32 Issue. 5.
- Simmons, R. E. (1990). *Communication Campaign Management A System Approach*. New York: Longman.

- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: SImbiosia Rekatama Media.
- Vyas, A. N. (2020). The Girl Rising ‘We Dream, We Rise’ Social Media Campaign in India: Reach, Engagement, and Impact. *Sage Journals*, Vol. 5 Issue.1.
- WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. (2021, Juni 22). Retrieved from World Health Organization: <https://covid19.who.int/>
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensi Cara Merek dalam Perspektif Komunikasi Merek. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 2 No. 1.