

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (1998). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hovland, Carl (Dedy, M, T. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian*. Bumi Aksara.
- Littlejohn, S. (2019). *Theories of human communication, 10th ed.* (Issue July).
- LittleJohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications.
- Malik, D. D., & Irintara, Y. (1994). *Komunikasi Persuasif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Perloff, R. (2017). *The Dynamics of Grace The Dynamics of Grace*.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communications and Attitudes in the 21st Century*. Routledge.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rice, R. E., & Paisley, W. J. (1981). *Public Communication*. Beverly Hills Sage Publications.
- Ruslan, R. (2007). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarjo, S. S. D. dan. (1983). *Komunikasi Persuasi dan Retorika*. Liberty.
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal dan Skripsi

- Amalia, S., Nuraini, Q., & Nugroho, D. Ri. (2019). Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan “Bogoh Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat. *Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(September), 126–127.
- Angelina, M., Goenawan, F., & Tjahyana, L. J. (2021). Efektivitas Penggunaan NCT 127 sebagai Celebrity Endorser dalam Social Media Campaign Nu Green Tea #FixEnak di Instagram @nuteaid. *Jurnal E-Komunikasi*, 9((2)), 1–12.
- Evita, J. M. (2016). *Pemaknaan Campaign # BeAdored Melalui Konten Instagram dan Website By Lizzie Parra (BLP) Beauty Terhadap Standar Kecantikan Wanita Indonesia*.
- Gunawan, M. A. M., & Kurnia, I. (2020). Kampanye #STOPBODYSHAMING Melalui Media Sosial Instagram Maria Rahajeng @mariarahajeng (Studi Kualitatif Deskriptif Kampanye

#STOPBODYSHAMING Melalui Media Sosial Instagram Maria Rahajeng (@mariarahajeng). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7072–7097. <https://www.yourdictionary.com/>

- Indrawati, N. (2019). Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Kalimat Persuasi Kampanye Presiden 2019 Di Facebook. *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra*, 15(2), 175. <https://doi.org/10.26499/und.v15i2.1741>
- Merdekawati, S., & Lestari, M. T. (2018). Pengaruh Kampanye Pada Youtube Web Series Tropicana Slim “ Sore - Istri Dari Masa Depan ” Terhadap Sikap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung the Influence of Campaign on Youtube Tropicana Slim Web Series “ Sore -Istri Dari M. *Dialetika*, 101–110.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances In Experimental Social Psychology*, 19.
- Putri, G. L. B., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek. *Jurnal E-Komunikasi*, 1987, 255–256. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11119>
- QONITA, A., ROMLI, R., & BUDIANA, H. R. (2016). Hubungan Sosialisasi Sociopreneurship Dengan Pembentukan Sikap Wirausaha Partisipan Pada Forum Kreatif Jatinangor. *Communication*, 7(1). <https://doi.org/10.36080/comm.v7i1.78>
- Simamora, D. L. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *JOM Fisip*, 6(II), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/25937/25122>
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Widiastuti, T. W. (2017). Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Pembentukan Personal Branding Di Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 588. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.107>

Artikel Online

- Detik.com. (2017). 7 Artis Indonesia yang Pernah Di-bully karena Fisik, Ini Balasan Mereka. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-3658510/7-artis-indonesia-yang-pernah-di-bully-karena-fisik-ini-balasan-mereka> diakses tanggal 23 September 2021.
- Fimela.com. (2019). Kepercayaan Diri Perempuan Asia Masih Rendah. <https://www.fimela.com/beauty/read/3999344/kepercayaan-diri-perempuan-asia-masih-rendah-berikut-faktanya> diakses tanggal 1 September 2021.
- KapanLagi.com. (2013). “Disiksa” di Media Sosial Mereka Akhirnya Bunuh Diri. <https://plus.kapanlagi.com/disiksa-di-media-sosial-mereka-akhirnya-bunuh-diri-0b4f4d.html> diakses tanggal 20 September 2021.
- Liputan 6.com. (2021). Influencer Indonesia Dituding Lakukan Body Shaming Model Victoria Secret. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4605517/influencer-indonesia->

[dituding-lakukan-body-shaming-model-victorias-secret](#) diakses tanggal 24 September 2021.