

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rieka cipta.
- Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bimo, Walgito. (2001). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rienka Cipta.
- Robbins, S. (2007). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sarwono, J. (2015). *Rumus-rumus Populer dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabta.
- Supardi. (2017). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Pendidikan*. Bandung: PGSD UPI Kampus Serang.
- Venus, Antar. (2014). *Manajemen Kampanye: Perpaduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rektma Media.
- Wawan dan Dewi. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manisia*. Yogyakarta: Nuha Medika

Jurnal:

- Basri, Hasan. (2016). "*Pengaruh karakteristik pesan kampanye kesehatan terhadap sikap hidup sehat ibu-ibu anggota posyandu di kota Bandar Lampung*". <http://media.neliti.com> diakses pada tanggal 06 Maret 2019
- Dhanu, Florentus. (2010). "*Pengaruh Sikap Pada Pesan Kampanye Terhadap Loyalitas Konsumen (kasus pesan kampanye the body shop dalam mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek)*". <http://e-journal.uajy.ac.id/1887/> diakses pada tanggal 06 Maret 2019
- Fithry, Nur. (2012). "*Kampanye Public Relations dalam membentuk sikap khalayak (studi pada kampanye stop the trafficking of children and young people yang diselenggarakan oleh the body shop)*". <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20281009-S-Nur520Fithry%20Amalia.pdf> diakses pada tanggal 06 Maret 2019
- Marwis. (2011). "*Analisis Kampanye Politik Terhadap Sikap Pemilih PNS Kantor Sekertariat Daerah Kabupaten Soppeng Pada Tahun 2005*". <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/318> diakses pada tanggal 06 Maret 2019
- Normawati, Siti dan Anjang. (2018). "*Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect To Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing*". <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/articel/view/1665> pada tanggal 06 Maret 2019

Online:

- Amiruddin, Mariana. (2018). *Siaran Pers Kampanye 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan*. www.komnasperempuan.go.id diakses pada tanggal 25 Februari 2019
- Ayu, Dinda. (2018). *Pengguna Instagram di Indonesia*. www.tek.id diakses pada tanggal 6 Maret 2019
- Budhi, Fithang. (2018). *faktor Penyebab Angka Kekerasan Terhadap Perempuan Terus Terjadi*. www.idntimes.com diakses pada tanggal 23 Februari 2019
- KOMNASPEREMPUAN. (2018). *Lembar Fakta Catahu 7 Maret 2018*. www.komnasperempuan.go.id diakses pada tanggal 23 Februari 2019
- Patricia, Jeon. (2018). *Data dan Fakta Instagram Dalam Statistik*. www.jelajahdigital.com diakses pada tanggal 6 Maret 2019
- Yasinta, Veronika. (2017). *Negara Yang Memiliki Angka Kekerasan*. www.internasional.kompas.com diakses pada tanggal 20 Maret 2012