

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Anwas, Oos M. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung; Alfabeta,
- Handayani, Desy. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Esensi Erlangga Group. Jakarta
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba. Humanika
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mondry. 2008. *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosda.
- Nur Fitrhry Amalia. 2013. *Kampanye Public Relations dalam membentuk sikap khalayak (studi pada kampanye Stop The Trafficking of Childrenn and Young People yang diselenggarakan oleh The Body Shop Indonesia*. Ilmu Komunikasi. Universitas Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relatoins & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie Lazar. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

JURNAL:

- Chamidah, Siti. 2009. Strategi Periklanan Kreatif : Konsep dan Aplikasi pada Priklan Televisi di Indonesia.
- Hidayat, Muhammad Fariz. 2018. Strategi Kampanye *Frontliner* Melalui Kegiatan *JuiceTalk* Dalam Membangun *Brand Awareness* RE.JUVE.
- Kurnyawati, Melynda Dyah. 2014. Pengaruh Iklan Terhadap *Brand Awareness* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian.
- Nisa, Naima Khoiru. 2015. Strategi Kreatif Iklan Layyanaan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial.
- Nugroho, Filantropi. 2012. Strategi Kreatif Kampanye Iklan untuk Menarik Mahasiswa Baru.
- Pangestu, Elizabeth Priscilla. 2017. Kajian Kampanye Edukasi “Forever Against Animal Testing” Humas The Body Shop Indonesia Melalui Media Sosial.
- Utami, Kurniawati Hanna. 2017. Strategi Periklanan VIZ Event Orgaizer Melalui *Caption* Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*.
- Wery, Octa Annafi Lili. 2017. Strategi Manager EZBUY Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Perusahaan Melalui Facebook Advertising.
- Widyakusuma, Elisa. 2012. Stategi Komunikasi Pemasaran PT. Nokia Indonesia dalam Membangun *Brand Awareness* Konsumen pada Smartphone Nokia seri Lumia.

WEBSITE :

<https://www.thebodyshop.co.id/about/commitment/against-animal-testing.html>

diakses pada tanggal 01 maret 2018

<http://nova.grid.id/News/Peristiwa/Hentikan-Uji-Coba-Binatang-Untuk-Produk-Kosmetik> diakses pada tanggal 06 maret 2018

<https://swa.co.id/swa/business-strategy/the-body-shop-lanjutkan-kampanye-against-animal-testing> diakses pada tanggal 15 April 2018

<http://mix.co.id/marcomm/news-trend/the-body-shop-luncurkan-kampanye-baru-lewat-produk-kosmetik> diakses pada tanggal 20 April 2018

www.instagram.com diakses pada tanggal 1 Mei 2018

www.facebook.com diakses pada tanggal 1 Mei 2018

<https://www.kompasiana.com/crizkaalifah/.5acada29ab12ae4c82431802/youtube-aplikasi-terpopuler-di-indonesia> diakses pada tanggal 17 Mei 2018

http://koran-sindo.com/page/news/2017-06-16/4/8/Kampanye_Forever_Against_Animal_Testing diakses pada tanggal 17 Mei 2018

<http://www.amazine.co.id/page/Peristiwa/Hentikan-Uji-Coba-Binatang-Untuk-Produk-Kosmetik/dampak-akibat> diakses pada tanggal 09 Juni 2018

