

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, F, Rahayu, AP, & Agustiningrum, H (2017). Hierarki Efek Model pada Tayangan Iklan Youtube. *Inter Komunika*, academia.edu, <https://www.academia.edu/download/79131252/pdf.pdf>
- Afrilia, AM (2018). City Branding Berbasis Local Wisdom Dalam Kampanye “Better Banyumas”. *Metacommunication; Journal of Communication ...*, ppjp.ulm.ac.id, <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/5443>
- Akbar, A. R. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador ERICA CANTONA terhadap Brand Image CARSOME (Survei pada Followers Instagram CARSOMEINDONESIA)*. 32–41.
- Akhlakulkarimah, R, & Anisah, N (2017). Efektivitas Kegiatan Public Relations Online Melalui Website Sebagai Pendukung Strategi Pemasaran di Hotel Bayu Hill Takengon. ... *Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu ...*, jim.usk.ac.id, <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/3352>
- Anggani, CH (2014). Pengaruh program kampanye “Say No to Plastic Bag” oleh The Body Shop terhadap partisipasi masyarakat. *Jakarta: Universitas Moestopo (Beragama) ...*, journal.moestopo.ac.id, <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/download/141/86>
- Ardy, G Des (2022). Pengaruh Kampanye PR Gojek# PesanDariRumah terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menaati Protokol Gojek J3K. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnuranty, S, & Hermanu, DH (2023). Pengaruh Pesan Kampanye Public Relations PT MRT Jakarta Terhadap Perubahan Sikap. *Communicator Sphere*, communicatorsphere.org, <https://communicatorsphere.org/index.php/communicatorsphere/article/view/84>

- Azzahrani, M (2018). Strategi komunikasi pemasaran kementerian pariwisata Indonesia dalam pesona indonesia melalui youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, scholar.archive.org, <https://scholar.archive.org/work/ftmwytcajjbnfefjujl5kkgai/access/wayback/http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/download/12925/pdf>
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis (2012), *Mass Communication Theory Foundation, Ferment, and Future* . edisi 6, Boston: Cengage Learning.
- Berita Satu (2019). Isi Liburan Sekolah dengan Jelajahi Jakarta Naik MRT. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/news/561797/isi-liburan-sekolah-dengan-jelajahi-jakarta-naik-mrt> pada 15 September 2023
- Belch, G E dan M. A Blech. (2004). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*, Sixth Edition,..The Mc Graw Hill/Irwin: New York
- Brilliana, A, Noviana, Eka, & Retnoningsih, Sri (2023). Perancangan Kampanye Yogyakarta Sebagai Destinasi Pariwisata Pengembangan Diri Bagi Pelancong Tunggal Wanita. *FAD*, eproceeding.itenas.ac.id, <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/2141>
- Budi, C. S. (2018). Tinjauan *Hierarchy of Effects* Pada Promosi Institusi Pendidikan Melalui. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 6(1), 39-44.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewantara, MH (2020). Peran Transportasi MRT Dalam Mendukung Industri Pariwisata Bisnis Di Jakarta. *Journey: Journal of Tourismpreneurship ...*, ojs-journey.pib.ac.id, <http://www.ojs-journey.pib.ac.id/index.php/art/article/view/45>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamidah, G (2024). Pengaruh Kampanye Public Relations “Waste Down Beauty Up” Terhadap Kesetiaan Pelanggan Sociolla Dengan Mediasi

- Corporate *Communications*, journal.unj.ac.id,
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/31548>
- Hartanto, Y, Firmansyah, MA, & ... (2022). Implementation Digital Marketing Pesona 88 Curup in to Build Image for the Decision of Visit Tourist Attraction. *4th Social and Humanities ...*, atlantis-press.com,
<https://www.atlantis-press.com/proceedings/sores-21/125973433>
- Hartini, H, Ramaditya, M, Irwansyah, R, Putri, DE, & ... (2021). *Perilaku Organisasi.*, repository.penerbitwidina.com,
<https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/333028/perilaku-organisasi>
- Hasan, K, Adyna, CAC, & Bahri, H (2022). Strategi media relations dinas pariwisata kabupaten aceh tengah untuk mempromosikan destinasi wisata. *At-tanzir* ..., ejournal.staindirundeng.ac.id,
<https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/tanzir/article/view/1236>
- Hatapayo, NF, & Relubun, DA (2023). Peran Digital Marketing Terhadap Jumlah Wisatawan Pada Tebing Makariki Di Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, jurnal.iainambon.ac.id,
<https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/amal/article/view/4016/0>
- Herawati, Y, & Nasionalita, K (2022). Pengaruh Kampanye Kesehatan Mental Unicef Terhadap Perubahan Perilaku Remaja (survei Pada Subscriber Remaja Channel Bangtantv Di Masa Pandemi Covid *eProceedings* ...,
telkomuniversity.ac.id,
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17758>
- Kaontole, ITS, Rumayar, ALE, & Kumaat, MM (2023). Analisis Karakteristik dan Tingkat Pelayanan Arus Pejalan Kaki (Studi Kasus: Jl. Suprpto–Jl. Lembong). *TEKNO*, ejournal.unsrat.ac.id,
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/tekno/article/view/48457>
- Kemal, MY, & Ernungtyas, NF (2020). Pengaruh Kampanye# Ubahjakarta Oleh Pt Mrt Jakarta Terhadap Niat Pengguna Transportasi Publik Di Jakarta. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina* ..., ejournal.bsi.ac.id,

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/issue/archive/index.php/cakrawala/article/view/7733>

- Ketter, E (2018). It's all about you: destination marketing campaigns in the experience economy era. *Tourism Review*, emerald.com, <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0053>
- Ketter, E, & Avraham, E (2021). #StayHome today so we can #TravelTomorrow: tourism destinations' digital marketing strategies during the Covid-19 pandemic. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Taylor & Francis, <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1921670>
- Kotler & Armstrong. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Koyimah, H, Hidayah, L, & Huda, M (2018). Pembentukan perilaku dan pola pendidikan karakter dalam cerpen Rumpelstiltskin karya Saviour Pirrotta dan enam serdadu karya Brothers Grimm. ... *Ilmiah Bahasa Dan ...*, proceeding.unikal.ac.id, <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/pibsi40/article/view/48>
- Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi. Prenada Media Grup : Jakarta
- Kussanti, Dp Efektifitas Kampanye Humas Kementerian Pariwisata Republik Indonesia Melalui “Wonderful Indonesia” Terhadap Peningkatan isip.usni.ac.id, <https://isip.usni.ac.id/jurnal/z3.%20Devy%20Putri.docx.pdf>
- Mandasari, RN (2008). *Sikap khalayak terhadap identitas perusahaan dan pengaruhnya pada citra perusahaan (studi pada: nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jabodetabek)*., lontar.ui.ac.id, <https://lontar.ui.ac.id/detail?id=124634>
- Martono, Nanang. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada
- Metrotvnews (2023). Indeks Kemacetan DKI Jakarta Mencapai 53%, Lebih Tinggi Saat Pandemi Covid-19. Diakses dari <https://www.metrotvnews.com/read/Ky6CB0WM-indeks-kemacetan-dki-jakarta-mencapai-53-lebih-tinggi-saat-pandemi-covid-19> pada 25 Agustus 2023

- Monika, N, Darnah, A, & Nohe, S (2013). Analisis Chi-Square dan Transformasi Data Ordinal ke Data Interval Menggunakan Methods Of Succesive Interval (MSI). *Jurnal Eksponensial*
- Muljadi, V, Priowidodo, G, & ... (2022). Efektivitas Iklan Shopee Indonesia dalam Akun Instagram@ shopee_id Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal e-Komunikasi*, publication.petra.ac.id, <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13212>
- Muyasaroh, S, & Sos, S (2013). Kampanye Perubahan Sosial (Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Prilaku). *Jurnal Heritage*, jurnal.yudharta.ac.id, <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/download/831/685>
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
- Paramita, V Upaya Korea Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Indonesia Melalui Kampanye Muslim Friendly Tourism Korea Selatan Tahun 2019-2020. repository.uinjkt.ac.id, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/71525>
- Pasaribu, R (2021). Analisis Kampanye# Diindonesiaaja Oleh Kemenparekraf Di Media Sosial Sebagai Resolusi Kepariwisataaan Pada Masa Pandemi. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, journal.unpas.ac.id, <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4183>
- Perloff, R. M. (2023). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Taylor & Francis. Diambil dari <https://www.routledge.com/The-Dynamics-of-Persuasion-Communicationand-Attitudes-in-the-21st-Century/Perloff/p/book/9781032268187>

- Prakoso, GD, & Fatah, MZ (2017). Analisis pengaruh sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif terhadap perilaku safety. *jurnal promkes*, repository.unair.ac.id, <https://repository.unair.ac.id/86555/>
- Priyantini, A, Krisyanti, K, & ... (2020). Pengaruh Kampanye# PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram@ GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal ...*, jurnal.kominfo.go.id, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/2387>
- Putra, R, & Candraningrum, DA (2021). Pengaruh Kampanye Cup of Courage Starbucks terhadap Minat Beli Produk Minuman Pink Voice di Starbucks Stasiun Jakarta Kota. *Prologia*, journal.untar.ac.id, <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/8139>
- Putro, Ad Kampanye Sosial Membangun Kesadaran Beretika Komunikasi Di Sosial Media Pada Masyarakat Dewasa Dini Di Bandung Social *core.ac.uk*, <https://core.ac.uk/download/pdf/299901275.pdf>
- Rakhmat, J. (2005). Psikologi Komunikasi edisi revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ratnaningtyas, H, Nurbaeti, N, & ... (2021). Berwisata ke Jakarta dengan Kemacetannya. *Jurnal Manajemen ...*, ejournal.undiksha.ac.id, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/43701>
- Rogers, E. M., dan Storey J. D. (1987). Communication Campaign. New Burry Park; Sage
- Ruslan, Rosady. (2013). Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Saputra, IPDA (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan ...*, ejournal.insuriponorogo.ac.id, <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikraj/article/view/3621>
- Setiawati, L, & Mulyawati, IB (2020). Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pendidikan Indonesia Mengenai Pencegahan Covid-19. *Gunahumas*, ejournal.upi.edu, <https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28416>

- Setyawan, AZS, & Adhistry, JM (2022). Pengaruh Kampanye "Waste Down, Kindness Up" di Instagram Sociolla terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *Jurnal Nomosleca*, jurnal.unmer.ac.id, <https://www.jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/8258>
- Sirait, N, Maryam, S, & Priliantini, A (2018). Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect to Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunika: Jurnal ...*, jurnal.kominfo.go.id, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1665>
- Smith, R. E., Chen, J., & Yang, X. (2008). The impact of advertising creativity on the hierarchy of effects. *Journal of Advertising*, volume 37 issue 4
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suharto, S (2016). Hubungan Daya Tanggap Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Supa PT. BPR Sumber Pangasean Bandar Jaya). *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, fe.ummetro.ac.id, <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/91>
- Suiza, AA (2023). *Kampanye Public Relations acara Jakarara melalui akun Instagram@ disbudparkotacirebon dalam upaya menginformasikan kepada masyarakat Kota Cirebon: Studi*, digilib.uinsgd.ac.id, <https://digilib.uinsgd.ac.id/77688/>
- Sulistyo, A, Yudiandri, TE, Annisa, RN, & ... (2023). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Kampanye Sadar Wisata 5.0 Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan. *JMM (Jurnal ...)*, journal.ummat.ac.id, <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/16808>
- Syafrikurniasari, N, & Widiani, SP (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, ojs.stiami.ac.id, <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/937>

- Wahidah, DN, Handayani, L, & ... (2023). Pengaruh Pesan Kampanye #kerentanpanyampah The Body Shop Indonesia Terhadap Sikap Khalayak (Survei Pada Followers Akun *Ekspresi dan ...*, ejournal.upnvj.ac.id, <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/4655>
- Wijaya, MK, Aritonang, AI, & Tjahyana, LJ (2022). Sikap Followers Instagram@ kopikenangan. id Terhadap Isi Pesan Postingan Mengenai Produk Sultan Boba. *Jurnal e-Komunikasi*, publication.petra.ac.id, <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13190>
- Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Yudaninggar, KS, & Prabowo, ID (2022). Pengaruh Kampanye Public Relations New Normal terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Heha Sky View Yogyakarta. *Academic Journal of Da'wa ...*, ejournal.uinsaid.ac.id, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/ajdc/article/view/4958>