

DAFTAR PUSTAKA

Bakan, A. B., & Abu-Laban, Y. (2009). Palestinian resistance and international solidarity: The BDS campaign. *Race & Class*, 51(1), 29–54. <https://doi.org/10.1177/0306396809106162>

BDS Movement. (2016, April 25). *What is BDS?* <https://bdsmovement.net/what-is-bds>

Beni Jo. (2023, November 14). Apa dampak boikot produk pro Israel dan apakah efektif? *Tirto*. Diakses pada 29 Agustus 2024, dari <https://tirto.id/apakah-boikot-efektif-dan-berdampak-pada-israel-gScG>

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (9th ed.). Kencana.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herawati, Y., & Nasionalita, K. (2022). Pengaruh kampanye kesehatan mental UNICEF terhadap perubahan perilaku remaja (Survei pada subscriber remaja channel Bangtamtv di masa pandemi Covid-19). *e-Proceeding of Management*, 9(2), 1031.

Irwan. (2017). *Etika dan perilaku kesehatan*. CV. Absolute Media.

Koballa, T. R., Jr. (1986). Teaching hands-on science activities: Variables that moderate attitude-behavior consistency. *Journal of Research in Science Teaching*, 23(6), 493–502. <https://doi.org/10.1002/tea.3660230603>

Larson, C. U. (1992). *Persuasion, reception and responsibility*. Wadsworth Publishing Co.

Mita, & Prayitno, Y. (2021). Efektivitas kampanye penggunaan hashtag #dirumahaja pada sosial media Twitter terhadap perilaku mahasiswa dalam

menyikapi pandemi COVID-19. *Broadcasting Communication and Media Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.53856/bcomm.v2i2.213>

Nugrahani, A. W. (2024, Januari 9). Kementerian Kesehatan Gaza: 23.084 warga Palestina tewas sejak 7 Oktober 2023. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/internasional/2024/01/09/kementerian-kesehatan-gaza-23084-warga-palestina-tewas-sejak-7-oktober-2023>

Nelansari, Z. F., & Tjahjawati, S. S. (2022). Analisis efektivitas pesan kampanye peningkatan keselamatan di perlintasan sebidang PT KAI Daop 2 Bandung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 223–236.

Ningrum, A. J., & Aminulloh, A. (2024). Vigilantisme digital dalam aksi boikot produk Israel di media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 145–160. <https://doi.org/10.33366/jkn.v6i1.487>

Ostergaard, L. (2002). Effective campaign assessment: How to learn from your failures. In H.-D. Klingemann & A. Roemmele (Eds.), *Public information campaign & opinion research* (pp. xx–xx). Sage Publications.

Pakpahan, M., et al. (2021). *Promosi kesehatan & perilaku kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.

Pasalong, H. (2013). *Teori administrasi publik*. Alfabeta.

Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the twenty-first century* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315657714>

Pribadi, K., & Pratama, A. D. (2024). Analisis sentimen warganet terhadap gerakan BDS (Boycott, Divestment and Sanctions) produk-produk Israel. *MEDIKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 125. <https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i02.1828>

Rahayu, P. P. (2021). *Pengantar psikologi untuk kebidanan*. Yayasan Kita Menulis.

Rice, R. E., & Atkin, C. K. (Eds.). (2013). *Public communication campaigns* (4th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781544308449>

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 817–846). Sage Publications.

Ruslan, R. (2013). *Metode penelitian komunikasi dan public relations*. Raja Grafindo Persada.

Skinner, B. F. (1938). *The behavior of organisms: An experimental analysis*. Appleton-Century.

Smith, R. D. (2013). *Strategic planning for public relations*. <https://doi.org/10.4324/9780203081242>

Suranto, A. W. (2005). *Komunikasi perkantoran: Prinsip komunikasi untuk meningkatkan kinerja perkantoran*. Media Wacana.

Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh pesan kampanye No Straw Movement di media sosial terhadap perubahan sikap publik. *Jurnal Lugas*, 4(1), 17–26.

Tjahyadi, R. A., Magdalena, N., & Vina, L. (2022). Pengaruh kampanye pemasaran sosial pada niat perubahan perilaku masyarakat: Demografi sebagai variabel moderasi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 390–396. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2469>

Venus, A. (2019). *Manajemen kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.

We Are Social. (2024, Januari). *Digital 2024*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>