

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Program Kampanye “Say No to Plastic Bag” oleh The Body Shop terhadap Partisipasi Masyarakat. *Wacana*, XIII(2), 155–177.
- Bluebird ( 2019) Dukung Kelestarian Lingkungan, Bluebird Luncurkan Armada Terbaru Mobil Bertenaga Listrik. <http://www.bluebirdgroup.com/id/berita/dukung-kelestarian-lingkungan-bluebird-luncurkan-armada-terbaru-mobil-bertenaga-listrik/> ( Diakses 20 september 2019 )
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The psychology of persuasion* (revised ed.). New York: Harper Collins
- Cox,R. (2010). *Environmental Communication And The Public Sphere*. United States of America: SAGE Publications
- Datareportal (2019) Digital 2019: Indonesia <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> ( Diakses 20 september 2019 )
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. 2013. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*.Jakarta: Kencana.
- Fatmawati, I. (2014). Pembingkai Pesan Persuasif Untuk Melakukan Perubahan Perilaku ( Aplikasi dalam Studi Eksperimen Kampanye Penghematan Energi Listrik di Kalangan Remaja, *LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Greenpeace .(2019). Jakarta Peringkat Satu di Asia Tenggara untuk Kualitas Udara Terburuk <https://www.greenpeace.org/indonesia/siaran-pers/2210/jakarta-peringkat-satu-di-asia-tenggara-untuk-kualitas-udara-terburuk/> ( Diakses 12 September 2019 )

- Giarti, P., Santoso, H.(2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Hijau Pada Green Cosmetic. *Industrial Enginerering Online Journal*,4(1).
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara,.(2006). *Marketing Communication –Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Lie R, Servaes J.(2015). Disciplines in the Field of Communication for Development and Social Change. doi:10.1111/comt.12065
- Liliweri, A, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lonid, A., Militaru, G., & Mihai, P. (2015) Social Media Strategies For Organizations Using Influencers Power. *European Scientific Journal*, 1857- 7431, 139–143.
- Mohamed, Z. (2015). How Go Green Campaign Effects on Malaysian Intention towards Green Behaviour. *Journal of Applied Sciences*,15,(6) 929-933.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33299/jpkop.19.3.346>
- Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 267–274. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.009>
- Mulyana, Deddy.(2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nur, Hakim, Rahmat ( 2019) Menurut Jusuf Kalla, Mobil Listrik Solusi Polusi Udara Jakarta",<https://nasional.kompas.com/read/2019/07/31/15443111/menurut-jusuf-kalla-mobil-listrik-solusi-polusi-udara-jakarta>.( Diakses 19 september 2019)

Perbawaningsih,E.A.(2014). Faktor-faktor Penyebab Kegagalan Kampanye Kampus Bebas Asap Rokok di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. p.1-16.

PressRelease.id ( 2019) Bluebird dan WWF-Indonesia Luncurkan Program *One Ride One Seed* Guna Dukung Kelestarian Lingkungan. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/bluebird-dan-wwf-indonesia-luncurkan-program-one-ride-one-seed-guna-dukung-kelestarian-lingkungan> ( Diakses 20 september 2019 ).

Ritonga, Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT. Indeks.

Sahab, A. (2019). *Buku ajar analisis kuantitatif ilmu politik dengan spss*. Surabaya: Airlangga University Press.

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia ( 2019) Inilah Perpres No. 55/2019 tentang Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai. <https://setkab.go.id/inilah-perpres-no-55-2019-tentang-program-kendaraan-bermotor-listrik-berbasis-baterai/> ( Diakses 20 september 2019 ).

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Suherman, Ansar . 2020 . *Buku Ajar Teori-teori Komunikasi*. Yogyakarta : Deepublish

Ulfa, G. S., & Fatchiya, A ( 2017). Efektivitas Instagram Earth Hour Bogor sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 16(1).

Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik (edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Yenrizal.(2017). *Lestarkan Bumi dengan Komunikasi Lingkungan*. Yogyakarta: Deepublish.