

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications Global Edition*. London: Pearson Education Ltd
- Effendy, O., U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aitya Bakti.
- Handayani, A., dkk. (2013). *Publik dan Reklame di Ruang Kota Jakarta*. Jakarta: Ruangrupa.
- Jalaluddin, R. (2011). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jury, D. (2006). *What Is Typography?*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mar'at, M. (1998). *Sikap Manusia Perubahan dan Pengukurannya*.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Suyanto, M. (2006). *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI)

Sumber Jurnal

- Ahdika, Atina. (2017). Improvement of Quality, Interest, Critical, and Analytical Thinking Ability of Students through the Application of Research Based Learning (RBL) in Introduction to Stochastic Processes Subject. *International Electronic Journal of Mathematics Education*. 12. 167-191.
- Aiwan, T. Y. (2013). Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Perempuan di Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 1(2).

- Batubara, H. (2013). Penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing pada pembuatan etalase kaca dan alumunium di ud. Istana alumunium manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Center, C. S. F. A. (2018). Colorado Springs. *Cell*, 303, 981-2328.
- Christin, L. H. (2018). Kesetaraan Gender di Atas Rel. *Jurnal Studi Kultural*, 3(2), 75-79
- Fajriah, N., & Asiskawati, E. (2015). Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Dalam Pembelajaran Matematika Menggunakan Pendekatan Pendidikan Matematika Realistik Di SMP. *EDU-MAT Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 157-165.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *JURNAL ACTA DIURNA*, 6(1).
- Hanafri, M. I., Mariana, A. R., & Suryana, C. (2016). Animasi Sex Education Untuk Pembelajaran dan Pencegahan Pelecehan Seksual Pada Anak Usia Dini (Studi Kasus di TK Kartini). *JURNAL SISFOTEK GLOBAL*, 6(1).
- Harnoko, R. B. (2010). Dibalik Tindak Kekerasan Terhadap Perempuan. *Muwazah*, 2(1), 35-45.
- Hasbi, R. M. (2015). Peran Ruang Publik dan Privat dalam Memproduksi dan Mengonsumsi Ruang Sosial. *Jurnal Arsitektur, Bangunan, & Lingkungan*, 5(1), 17-28.
- Herawati, T. (2014). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Survei Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemda Cianjur). *STAR—Study & Accounting Research*, 11(1), 1-14.
- Imasari, K., Lu, C. (2010). Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU di Bandung). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 109-120.
- Khusnaeni, N. L., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(2), 49-56.
- Kobliski, K. J. (2005). The Advantages of Transit Advertising.
- Lefebvre, R. C. (2011). An integrative model for social marketing. *Journal of Social Marketing*, 1(1), 54-72.

- Magdalena, N. (2010). Model Stimulus-Organism-Response: Penentu Perilaku Pembelian Konsumen Secara Situasional. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 4(2), pp-53.
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam Pemasaran Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 158-164.
- Pebrianti, U. P. R. (2013). Pengaruh Faktor Sosial dan Ekonomi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Survey pada Konsumen Berrindo Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 324-344.
- Pribadi, J. (2013). Pengaruh Iklan Resiko Merokok Terhadap Sikap, Persepsi Nilai dan Minat Membeli Konsumen Rokok di Banda Aceh. *Jurnal Visioner & Strategis*, 2.
- Stefanie, R. (2013). Respon Pengunjung Terhadap Media Brosur Jatim Park 2. *Jurnal e-Komunikasi*, 1(3). 310-320.
- Sufa, F., & Munas, B. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di Sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1(4), 226-233.
- William, T., & Setiawan, R. (2013). Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap *Organization Citizenship Behaviour* di PT. CB CAPITAL. *AGORA*, 1(1), 1-8.

Sumber Laporan

- Boyle, L., Cordahi, G., Grabenstein, K., Madi, M., Miller, E., & Silberman, P. (2014). *Effectiveness of Safety and Public Service Announcement (PSA) Messages on Dynamic Message Signs (DMS)*(Rep. No. FHWA-HOP-14-015). Washington DC: Federal Highway Administration.

Sumber Internet

- Alaidrus, F. (2019, 13 Maret). *Pelecehan Seksual di KRL Nyata: Kenapa Kebanyakan Penumpang Diam?*. Diakses pada 15 April, 2019, dari <https://tirto.id/pelecehan-seksual-di-krl-nyata-kenapa-kebanyakan-penumpang-diam-djic>
- Arigi, F. (2018, 6 Desember). *Komnas Perempuan Beberkan Alasan Angka Kekerasan Seksual Naik*. Retrieved April 10, 2019, from <https://nasional.tempo.co/read/1152852/komnas-perempuan-beberkan-alasan-angka-kekerasan-seksual-naik>

- Azzahra, M. H. (2015, 11 September). *MacroAd Kenalkan Inovasi di Dunia Advertising*. Diakses pada 14 April, 2019, dari <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/macroad-kenalkan-inovasi-di-dunia-advertising>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2018, 3 Oktober). *Statistik Transportasi DKI Jakarta 2018*. Diakses pada 20 April, 2019, dari <https://jakarta.bps.go.id/publication/2018/10/03/cb1285d8dbe8be8754a5830d/statistik-transportasi-dki-jakarta-2018.html>
- Christin, L. H. (2018). Kesetaraan Gender di Atas Rel. *Jurnal Studi Kultural*, 3(2), 75-79.
- Hafil, M. (2017, 14 Oktober). *Layar MacroAd Hadir di KRL Jakarta-Cikarang*. Diakses pada 10 April, 2019, dari <https://www.republika.co.id/berita/en/speak-out/13/12/27/nasional/jabodetabek-nasional/17/10/14/oxsiv9430-layar-macroad-hadir-di-krl-jakartacikarang>
- Databoks. (2019, 24 Juli). *Berapa Penumpang KRL Jabodetabek?*. Diakses pada 10 April, 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/24/berapa-penumpang-krl-jabodetabek>
- KumparanNews. (2018, 25 Januari). *Darurat Pelecehan Seksual dan Ruang Publik*. Diakses pada 14 Juni, 2019, dari <https://kumparan.com/@kumparannews/darurat-pelecehan-seksual-dan-ruang-publik>
- MacroAd. Diakses pada 10 Juni, 2019, dari <https://macroad.com>
- Nugrahanto, P. (2017, 12 Maret). *[Coffee Hour] Mengukur Efektivitas Campaign pada Media Digital Luar Ruang*. Diakses pada 5 April, 2019, dari <https://id.techinasia.com/strategi-mengukur-efektivitas-media-digital-luar-ruang>
- The Jakarta Post. (2015, 9 Februari). *Jakartans spend 400 hours a year in traffic, says survey*. Diakses pada 14 April, 2019, dari <https://www.thejakartapost.com/news/2015/02/09/jakartans-spend-400-hours-a-year-traffic-says-survey.html>
- Umasugi, R., A. (2019, 13 Maret). *2018, Kasus Pelecehan Seksual di KRL Meningkat*. Diakses pada 13 April, 2019, dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/03/13/16103781/2018-kasus-pelecehan-seksual-di-krl-meningkat>

United Nations. (1982). Provisional Guidelines On Standard International Age Classification. *Statistical Papers*, (74), m, 1-37. Diakses pada 1 Juli, 2019, from https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_74e.pdf

Wargadiredja, A., T. (2017, 20 Desember). *Indonesia Butuh Lebih Banyak Saksi Pelecehan Seksual Yang Berani Bersikap*. Diakses pada 15 April 2019, dari https://www.vice.com/id_id/article/xw4zn3/indonesia-butuh-lebih-banyak-saksi-pelecehan-seksual-yang-berani-bersikap.

