

DAFTAR PUSTAKA

- Andarsih, Y. S., & Mayangsari, I. D. (2018). Strategi Komunikasi Program Bandung Cleanaction dalam Mengkampanyekan Gerakan Pungut Sampah (GPS). *Dialektika, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://journals.telkomuniversity.ac.id/>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Ayub, S. H., Hassim, N., Yahya, A. H., Hamzah, M., & Bakar, M. Z. A. (2019). Exploring the characteristics of healthy lifestyle campaign on social media: A case study on FIT Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 322–336. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3504-20>
- Azwar, S. (2011). Sikap dan perilaku dalam: sikap manusia teori dan pengukurannya. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Bahtiar. (2019). Komunikasi Massa Dalam Media Critical dan Media Equation. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 10(1), 20–27. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1705>
- Baiquni, M. (2009). Revolusi Industri, Ledakan Penduduk Dan Masalah Lingkungan. *Jurnal Sains & Teknologi Lingkungan*, 1(1), 38–59. <https://doi.org/10.20885/jstl.vol1.iss1.art3>
- Dysmala, E. (2013). Kritik Terhadap Paradigma Positivisme. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 28(1), 622–633.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>
- Fibula Purnama, I Made Putrawan, & Diana Vivanti Sigit. (2020). Pengaruh Pengetahuan Mengenai Isu-Isu Lingkungan (Knowledge About Environmental Issues) dan Intensi Untuk Bertindak (Intention to Act) terhadap Perilaku

- Bertanggung Jawab Lingkungan (Responsible Environmental Behavior) Siswa. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 5(1), 20–33. <https://doi.org/10.21009/ijeem.051.02>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenpeace Indonesia. (n.d.). *Kemenangan - Greenpeace Indonesia*. Greenpeace Indonesia. Retrieved June 16, 2022, from <https://www.greenpeace.org/indonesia/kemenangan/>
- Hasan, I. (2002). Metodologi penelitian dan Aplikasinya. *Jakarta: Ghalia Indonesia*, 21, 43.
- Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 218.
- Hootsuite. (2021). *DIGITAL 2021 INDONESIA*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Jenkins, J. C. (1983). Resource mobilization theory and the study of social movements. *Annual Review of Sociology*, 9(1), 527–553.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Majid, A. (2019). Fenomena Penyebaran Hoax dan Literasi Bermedia Sosial Lembaga Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Komodifikasi*, 8, 228–239. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/11329>
- Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. (2021). Literasi Media Digital Pada

- Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. *IKRA-ITH Jurnal Humaniora*, 5(1), 1–12.
- McQuail, D. (1987). *Teori komunikasi massa suatu pengantar*.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), 49–55.
- oktaviani, zahrotul. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI MASYARAKAT WALHI JABAR (Studi Deskriptif Gerakan Sosial SAVE Babakan Siliwangi). *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi); Vol 2 No 2 (2016): SEPTEMBER 2016DO - 10.25124/Liski.V2i2.136 .*
file://journals.telkomuniversity.ac.id/liski/article/view/136
- Park, H., Rodgers, S., & Stemmler, J. (2013). Analyzing health organizations' use of Twitter for promoting health literacy. *Journal of Health Communication*, 18(4), 410–425. <https://doi.org/10.1080/10810730.2012.727956>
- Peter, M., Adam, C. W., & Padraig, C. (2009). Evaluating Twitter for Use in Environmental Awareness Campaigns. *Geotechnology Research Group*, 83–86.
- Prahsatiwi, U. (2011). Media sosial, new media dan gender dalam pusran teori komunikasi. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi Dan Implikasi*, 49–60.
- Priyantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)
DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Priyatno, D. (2012). Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20. In *Andi Offset*.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. CV Andi Offset.
- Riska, H. A., Krisnatuti, D., & Yuliati, L. N. (2018). Pengaruh Interaksi Remaja dengan Keluarga dan Teman serta Self-Esteem terhadap Perilaku Prososial Remaja Awal. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 206–218.
<https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.206>

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Ruslan, R. (2010). Manajemen public relations dan media komunikasi. *Jakarta: Rajawali Pers, 134*.
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi, 10(2)*, 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora, 16(2)*, 1–7.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial* (Aep Gunarsa (ed.); 3rd ed.). PT Refikas Aditama.
- Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif R&D. In *Metode Penelitian Kualitatif R&D, Alfabeta, Bandung*.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan, 16(1)*, 144–157. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.1.144-157>
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Sindiosa Rekatama Media.
- Watie, & Dwi Setya, E. (2016). Watie, E. D. S. (2016). Periklanan dalam Media Baru (Advertising In The New Media). *Jurnal The Messenger 4.1, 4(1)*, 37–43.