

BIBLIOGRAPHY

- Avelia, R. (2021). *Efektivitas Kampanye Tiktok Travel X Wonderful Indonesia Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Indonesia* [Thesis]. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Bambang Prasetyo, & Lina Miftahul Jannah. (2011). *Metode penelitian kuantitatif : teori dan aplikasi*. Rajagrafindo Persada.
- Bangun, C. A. B. (2021). *Efektivitas Kampanye Vaksinasi Covid-19 Melalui Media Sosial Di Kalangan Generasi Z Universitas Sumatera Utara*. <https://repositori.usu.ac.id/>
- Burgt, M. C. A. van der, Beekman, A. T. F., Hoogendoorn, A. W., Berkelmans, G., Franx, G., & Gilissen, R. (2021). *The impact of a suicide prevention awareness campaign on stigma, taboo and attitudes towards professional help-seeking*. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.11.024>
- CATAHU 2020 Komnas Perempuan: Lembar Fakta dan Poin Kunci. (2021, March 5). Komnas Perempuan | Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan. <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/catahu-2020-komnas-perempuan-lembar-fakta-dan-poin-kunci-5-maret-2021>
- CNN Indonesia. (2021, December 11). *Nadiem: Pandemi Picu Kenaikan Angka Kasus Kekerasan Seksual*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211210224500-20-732730/nadiem-pandemi-picu-kenaikan-angka-kasus-kekerasan-seksual>
- Darmawan, D. (2014). *Inovasi Pendidikan Pendekatan Teknologi Multimedia dan Pembelajaran Online*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Deddy Mulyana. (2007). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Garcia, M. S. (2020). *Efektivitas Kampanye Politik Di Instagram Untuk Mempengaruhi Niat Memilih*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37535/103001120206>
- Gracia, J. H., & Tamburion, H. H. D. (2020). Efektivitas Kampanye Ayo Minum untuk Sehat terhadap Kepercayaan Konsumen Le Minerale. *Prologia*, 4(1), 46. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6426>

- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunari, Desya Ismaya Nugrahwy (2018). Persepsi Istri Di Jawa Barat Tentang PELAKOR (Perebut Laki Orang) . Bandung: <http://repository.unpas.ac.id/34208/1/COVER.pdf>
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi. Medan: UMSU Press.
- Karnadi, K. N. (2020). *Efektivitas Akun Instagram @zerowaste.id_official Sebagai Media Kampanye Gerakan Pengurangan Sampah Plastik*.
https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/160887/efektivitas-akun-instagram-zerowaste-id_official-sebagai-media-kampanye-gerakan-pengurangan-sampah-plastik.html
- Larson, C. U. (1992). *Persuasion; Reception and Responsibility*. Wardsworth Publishing Company.
- Lilweri, A. (2011). *Serba Ada Serba Makna*. Remaja Rosadakarya.
- L'Oréal Paris Stands up Against Street Harassment*. (2019, November). L'Oréal.
<https://www.loreal.com/en/articles/commitments/l-oreal-paris-stands-up-against-street-harassment/>
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial Konsep-konsep Kunci*. PT Rajagrafindo Persada.
- Maulana, T. (2018). *Efektivitas Kampanye Remotivi Pada Pengguna Line*.
<http://repository.ub.ac.id/>
- Morissan, M. (2020). THE INFLUENCE OF ANTI-SMOKING CAMPAIGN ON DESIRE TO QUIT SMOKING IN INDONESIA. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 5.
<https://doi.org/10.14421/pjk.v13i1.1682>
- Napitulu, E. L. (2021, March 8). *L'Oreal Indonesia Ajak Perempuan Lawan Pelecehan Seksual di Ruang Publik*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/dikbud/2021/03/08/loreal-indonesia-ajak-perempuan-lawan-pelecehan-seksual-di-ruang-publik/>
- Ott, M. (2017, November 21). *Series: What Does That Mean? Gender-based Violence | Women for Women International*. Womenforwomen.org.
<https://www.womenforwomen.org/blogs/series-what-does-mean-gender-based-violence>

- Pasalbessy, J. D. (2010). DAMPAK TINDAK KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN DAN ANAK SERTA SOLUSINYA. *DAMPAK TINDAK KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN DAN ANAK SERTA SOLUSINYA*, 16, 12.
- Pfau, M., & Parrot, R. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Allyn and Bacon.
- Pratama, Mochamad Rizal (2015) *KAMPANYE SOSIAL TENTANG KESADARAN LINGKUNGAN (STUDI PADA LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT LINGKUNGAN ECOTON GRESIK)*. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. ANDI.
- Rachmat Kriyantono. (2007). *Teknik praktis riset komunikasi : disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Kencana.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Penggunaan Message Appeals Dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online*, 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844>
- Redline Indonesia. (2021, April 18). *Kekerasan Berbasis Gender “KBG.”* Yayasan Redline Indonesia. <https://redlineindonesia.org/kekerasan-berbasis-gender-kbg/>
- Rogers, E. M., & Storey, D. (1987). *Communication Campaign*. Sage Newbury Park.
- Saifudin, A. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Saputri, E. A. (2020). *GERAKAN SOSIAL WOMEN’S MARCH JAKARTA DALAM MELAKUKAN KONSTRUKSI ATAS ANTI KEKERASAN SEKSUAL PADA PEREMPUAN DI INDONESIA*.
- Sari, S. (2021). *Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo* [Thesis].
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sumadiria, A. H. (2014). *Jurnalsitik Indonesia*. Simbiosis Rekatama Media.

- Tristianingrum, A. W. (2019). *EFEKTIVITAS KAMPANYE LOVE MYSELF DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI KOMUNITAS A.R.M.Y DI MEDAN* [Thesis]. EFEKTIVITAS KAMPANYE LOVE MYSELF DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI KOMUNITAS A.R.M.Y DI MEDAN
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2019). *Efektivitas Instagram “Earth hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan*. [https://doi.org/https://doi.org/10.46937/16201825129](https://doi.org/10.46937/16201825129)
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Pt RajaGrafindo Persada.
- Utami, F. A., Firdaus, D. R. S., & Martha, L. P. (2020). *EFEKTIVITAS KAMPANYE PROGRAM BOGOR TANPA KANTONG PLASTIK DALAM MEMBANGUN KEPEDULIAN MASYARAKAT PADA LINGKUNGAN*. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v4i2.2509>
- van der Burgt, M. C. A., Beekman, A. T. F., Hoogendoorn, A. W., Berkelmans, G., Franx, G., & Gilissen, R. (2021). The impact of a suicide prevention awareness campaign on stigma, taboo and attitudes towards professional help-seeking. *Journal of Affective Disorders*, 279, 730–736. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.11.024>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye* (Revised Edition). Simbiosis. (Original work published 2004)
- Wood, J. T. (2013). *Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan kita)*. Salemba Humanika.

