



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States of America: SAGE Publications.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public relations and Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Gregory, A. (2015). *Planning and Managing Public relations Campaign - A Strategic Approach*. United Kingdom: Kogan Page.
- McGee, F. (2010). *Campaign for Change Toolkit - Hearing Unheard Voices*. London: UK Youth.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2011). *Metode Penelitian Sosial - Berbagai Alternatif Pendekatan Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik - Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yin, R. K. (2012). *Applications of Case Study Research*. California: SAGE Publications.

## **Jurnal dan Artikel Daring**

- Ardiana, N. P., Damayanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2016). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. 1-11.
- Cepeda, I. (2018). Fighting Prejudice: Campaigns on Gender Violence in Spain. *Journal of Interantional Women's Studies* , 17-34.
- Damanik, M. J. (2018, February 27). *Latih Pelajar Keamanan Internet dan Literasi Digital, Facebook Gelar Acara ini*. Dipetik March 30, 2019, dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/latih-pelajar-keamanan-internet-dan-literasi-digital-facebook-gelar-acara-ini-1>
- Eriyanto, & Zarkasi, I. (2017). Kampanye Bahaya Rokok dan Pendekatan Rasa Takut (Fear Appeal). *Jurnal ASPIKOM* , 340-357.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan* , 74-79.
- James, K. J., Albrecht, J. A., Litchfield, R. E., & Weishaar, C. A. (2013). A Summative Evaluation of a Food Safety Social Marketing Campaign "4-Day Throw-Away" Using Traditional and Social Media. *Journal of Food Science Education* , 48-55.
- Kosenko, K., Winderman, E., & Pugh, A. (2019). The Hijacked Hashtag: The Constitutive Features of Abortion Stigma in the #ShoutYourAbortion Twitter Campaign. *International Journal of Communication* , 1-21.
- Mujahida, G. A., & Yulianita, N. (2017). Strategi Kampanye Anti Hoax. *Prosiding Hubungan Masyarakat* , 96-103.
- Mujahidah. (2015). Implementasi Teori Ekologi Bronfenbrenner Dalam Membangun Pendidikan Karakter Yang Berkualitas. *Jurnal Lentera* , 171-185.
- We Are Social Report*. (2019, January 28). Dipetik February 28, 2019, dari We Are Social: <https://wearesocial.com/reportdownload>
- Yazan, B. (2015). Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake. *Teaching and Learning* , 134-152.