



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Effective Public Relations* (Eleventh). Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public relations and Marketing Communications*. Routledge.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Doug, N., Turk, V. J., & Kruckeberg, D. (2012). *This is PR: The Realities of Public Relations* (Eleventh). Wadsworth.
- Gregory, A. (2015). *Planning and Managing Public Relations Campaigns* (Fourth). Kogan Page.
- K. Yin, R. (2013). *Studi Kasus Desain & Metode*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Lattimore, D., Baskin, O., T., S. H., & L. Elizabeth Toth. (2010). *Public Relations* (3rd ed.). Salemba Humatika.
- Maharani, N. H., & Supriadi, D. (2015). AKTIVISME SOSIAL MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA (AIMI). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3. <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/viewFile/7388/3390>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu.

Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Jurnal dan Artikel Daring

Bernie, M. (2019). KPAI: 26,8 Persen Napi Lapas Anak Alami Kekerasan. *Tirto.Id*.
<https://tirto.id/kpai-268-persen-napi-lapas-anak-alami-kekerasan-ec3P>

Citraswi, G., Hafiar, H., & Fatma, D. S. (2017). Pembentukan Sikap Masyarakat Terhadap Kesehatan Diri Melalui Kampanye 10 Perilaku Hidup Bersih dan Sehat. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1263/public/1263-2837-1-PB.pdf>

Dwi, R. N. (2019). Kapolri: Jumlah Kejahatan Sepanjang 2019 Menurun Dibanding 2018. *Sindonews.Com*.
<https://nasional.sindonews.com/read/1482295/13/kapolri-jumlah-kejahatan-sepanjang-2019-menurun-dibanding-2018-1577539883>

Ekawati, S., Parlindungan, D. R., & Morita, K. (2015). Kampanye Program Pemberian Asi Eksklusif: Studi Deskriptif Implementasi Program Peningkatan Pemberian ASI Eksklusif di Kota Administrasi Jakarta Utara. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2, 1–10.

Falofa, N. (2020). Nilai Kemanusiaan sebagai Dasar Pengembangan Ilmu. *Kompasiana.Com*.
<https://www.kompasiana.com/nofiafalofa/5e1054d8097f367164745712/nilai-kemanusiaan-sebagai-dasar-pengembangan-ilmu?page=1>

Kholila, E. (2014, April 5). Hakekat Manusia dalam Filsafat. *Kompasiana.Com*.
<https://www.kompasiana.com/ellakholilah/54f7b893a33311c27b8b4b18/hakekat-manusia-dalam-filsafat>

Maharani, N. H., & Supriadi, D. (2015). Aktivisme Sosial Melalui Penggunaan Media Sosial: Studi Kasus Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia (AIMI). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3. <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/viewFile/7388/3390>

Misnawati, I. T. (2013). Strategi Komunikasi Pada Kampanye Perlindungan Orangutan Oleh Lsm Centre for Orangutan Protection (Cop) Di Samarinda, Kalimantan Timur. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 135–149.
[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/JURNAL SAYA \(11-12-13-09-15-24\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/JURNAL SAYA (11-12-13-09-15-24).pdf)

Ottoman. (2018). Esensi Manusia Sebagai Makhluk Sosial. *Sripoku.Com*.
<https://palembang.tribunnews.com/2018/07/27/esensi-manusia-sebagai-makhluk-sosial>

- Rahmaning, S. T., Hafiar, H., & Sani, A. (2017). Manajemen Kampanye Eliminasi Kaki Gajah Dalam Upaya Peningkatan Kesehatan di Kabupaten Bogor. *Proses Humas*, 2. <http://journal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/download/12008/7268>
- Ramadhyan, R. W., & Bajari, A. (2015). Kampanye Produk Minuman Kesehatan Melalui Games Interaktif. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/download/7397/3401>
- Safitri, Y., & Ramadanty, S. (2019). Strategi Kampanye Public Relations melalui Peran Key Opinion Leader di Indonesia. *Warta ISKI*, 2(2), 88–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/wartaski.v2i02.35> Yulianne
- Tim. (2019). Komnas Perempuan: Tiap Hari, 8 Wanita Diperkosa di Indonesia. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191126131351-282-451567/komnas-perempuan-tiap-hari-8-wanita-diperkosa-di-indonesia>
- Waradyah, A. (2016, September 26). Manusia dan Peradaban. *Kompasiana.Com*. <https://www.kompasiana.com/yatri/57e8a783ce9273700d40cf8/manusia-dan-peradaban>
- Yuliantri, F. P. (2017). Perempuan Dalam Kampanye Antikorupsi. *Jurnal Aspikom*, 3. <http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/142/136>