

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Breakenridge, D. K. (2012). *The Social Media Strategy Wheel*. In D. K. Breakenridge, *Social Media and Public Relations* (p. 157). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Butow, E., Allton, M., Herman, J., Liu, S., & Robinson, A. (2020). *Ultimate Guide to Social Media Marketing*. Irvine, CA: Entrepreneur Media.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Eight Edition, Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited .
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public relations and Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Frog, K. B. (2011). *Storytelling Branding in Practice*. Frderiksberg: Samfunds Litteratur Press.
- Krause, J. (2012). *The logo brainstorm book: A comprehensive guide for exploring design directions*. Blue Ash, OH: HOW books.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions* (Vol. 4). Boston: Clark Baxter.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakary
- Looy, A. V. (2016). *Social Media Management: Technologies and Strategies for Creating Business Value*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Shone, A., & Parry, B. (2019). *Successful Event Management*. United Kingdom: SOUTH-WESTERN.
- Smith, P., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications Integrating offline and online with social media*. Philadelphia PA 19102: Kogan Page Limited.

Jurnal

- Alifahmi, H. (2015). Integrating Corporate And Marketing Communications: Delapan Model Kolaborasi Branding, Public Relations, Iklan, Dan Promosi. *Jurnal Public Relations Indonesia*, 39-40.
- Fongo, P., Fanggidae, R. E., & Fanggidae, R. P. (2019). Pengaruh

Storytelling Terhadap Keputusan Pembelian Ada Aplikasi Belanja Online Tokopedia. *Seminar Nasional Manajemen Bisnis* (pp. 8-21). Bali: APSMBI

Grace, Y. R., Farida, N., & Shinta Dewi, R. (2013). "Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth dan Iklan Terhadap Keputusan perpindahan Merek". *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UNDIP*.

Harendza, J. G., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perancangan Kampanye Sosial" JAGOAN". *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12).

Oktafiana, S. F., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan pada Media Sosial. *Barik*, 2(2), 258-270.

States of the World Girls Report. (2020, September). Survei Pengguna Media sosial. Indonesia.

Website

Komnas Perempuan. (2020). *Catatan Tahunan Komnas Perempuan*. Komnas Perempuan. Retrieved June 14, 2020, from <https://komnasperempuan.go.id/catatan-tahunan>

Komnas Perempuan. (2020, Maret 06). *Lembar Fakta dan Temuan Kunci Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2019*. Diambil kembali dari [komnasperempuan.go.id](https://www.komnasperempuan.go.id): [https://www.komnasperempuan.go.id/file/pdf_file/2020/Lembar%20Fakta%20dan%20Temuan%20Kunci%20Catatan%20Tahunan%20\(%20CATAHU\)%202020.pdf](https://www.komnasperempuan.go.id/file/pdf_file/2020/Lembar%20Fakta%20dan%20Temuan%20Kunci%20Catatan%20Tahunan%20(%20CATAHU)%202020.pdf)

Rudistina A. (2018). *Mengenal Berbagai Jenis Pelecehan Seksual Bukan Hanya Pemerkosaan*. *Hello sehat*. Retrieved from <https://hellosehat.com/hidup-sehat/seks-asmara/berbagai-jenis-pelecehan-seksual/>

