

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, G. C., Herutomo, C., & Nuryanti. (2021). Pengaruh Kampanye Lingkungan Terhadap Kesadaran Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram. *Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Vol.01*, 77–87.
- Asmara Dewi, W. W., & Syauki, W. R. (2022). Pesan Kampanye Non-Government Organization terhadap Permasalahan Sampah Plastik. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 159–171. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.428>
- Azwar, S. (2016). Sikap dan perilaku dalam: sikap manusia teori dan pengukurannya. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Basri, H. (2016). Pengaruh Karakteristik Pesan Kampanye Kesehatan Terhadap Sikap Hidup Sehat Ibu Ibu Anggota Posyandudi Kota Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 2(1), 102–113.
- Bungin, M. 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
- Damara, S., & Beda, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye #BerkainGembira terhadap Sikap Generasi Z Pada Penggunaan Kain Tradisional. 05(02), 2656–5706.
- Dinda, G., Tahar, S., Farady, R., & Angreani, N. (2022). Telaah Pesan Kampanye #Bijakkelolasampah pada Instagram @Waste4Change Mengenai Program Send Your Waste yang Berdampak Terhadap Sikap Followers Mengelola Sampah Skincare. *JCommsci: Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 80–97.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan SPSS. In Gramedia.
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS / Vivi Herlina. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kaligis, R. A. W., Pratiwi, A., & Anshari, F. (2020). Analisis Pengaruh Kampanye Public Relations #SaveGBK dan Identitas Sosial Pada Sikap Jakmania Depok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2). <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3539>

- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, edisi 2*. Jakarta: Kencana
- Lestari, S. b. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3).
- Maharani, D., Hendrayani, Y., & Mahdalena, V. (2020). Pengaruh isi pesan stop body shaming pada sikap followers terhadap body shaming. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1).
- Malhotra, N. (2019). *Marketing Research-An applied orientation Seventh Edition*. In Pearson.
- Merdekawati, S., & Lestari, M. T. (2018). Pengaruh Kampanye Pada Youtube Web Series Tropicana Slim “ Sore - Istri Dari Masa Depan ” Terhadap Sikap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung the Influence of Campaign on Youtube Tropicana Slim Web Series “ Sore -Istri Dari M. *Dialetika*, 101–110.
- Natasha, T., Sadono, T. P., & Hakim, L. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye “Stop Sexual Violence!” terhadap Minat Konsumen (Studi Tentang Pengaruh Pesan Kampanye Oleh Brand The Body Shop Terhadap *Nasional Hasil Skripsi*. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/1023%0Ahttps://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/download/1023/488>
- Nijz, V. (2019). *Evaluate if data are appropriate for Factor analysis*. Radiant. https://radiantstats.github.io/docs/multivariate/pre_factor.html#:~:text=The KMO and Bartlett test,is correlated with other variables.
- Perloff, R. M. (2017). The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century. In *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century*. London: Routledge
- Prayogi dwi suli. (2019). *Anak Muda Indonesia Kurang Mengenal Kain Asli Nusantara*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/04/01/anak-muda-indonesia-kurang-mengenal-kain-asli-nusantara?>
- Priliantini, 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).
<https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>

Saraswati, B. D. (2020). *UNESCO Gencarkan Kampanye Pakai Masker Kain Tradisional*. News.Harianjogja.Com.
<https://news.harianjogja.com/read/2020/09/20/500/1050332/unesco-gencarkan-kampanye-pakai-masker-kain-tradisional>

Simamora, D. L. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *JOM Fisip*, 6(II).

Stillman, D. S. & J. (2018). Generasi Z : Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja. In *Genz@work : how the next generation transforming the workplace* (p. 272). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA

Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1).
<https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>

Tim CNN Indonesia. (n.d.). *Survei: Ribet, Alasan Utama Anak Muda Ogah Pakai Kebaya*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190816141632-277-421942/survei-ribet-alasan-utama-anak-muda-ogah-pakai-kebaya>

Venus, A. (2018). Manajemen Kampanye. In *Manajemen Kampanye - Panduan theoretic dan Praktis Dalam Mengefektifkan kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Verdian, E. (2019). Analisis Faktor yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi Online di Surabaya. *Agora*, 7(1).

Zain, N. L. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA. *Jurnal Nomosleca*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>

Zalfa Salsabila Aulia Putri, & Christin, M. (2022). Pengaruh Kampanye Ingat Pesan Ibu terhadap Sikap Patuh Protokol Kesehatan pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Medium*, 10(2), 393–408.
[https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).10092](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).10092)