

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, K., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2022). Bagaimana Terpaan Media untuk Informasi COVID-19 Memengaruhi Niat Mahasiswa Menerapkan Perlindungan Kesehatan Selama Pandemi. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 112–125.
- Anbarini, R., Wibowo, S. K. A., Sjarifah, N. A., & Abdullah, A. (2023). Mobilizing the Digital Opinion Movement# OraSudiSumbangIKN on Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 18–36.
- Aprianita, D., & Hidayat, D. (2020). Analisis Pesan Kampanye# Dirumahaja Di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 78–96.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Blakeman, R., & Hovland, R. (2015). Design Education in an International Context. *The International Journal of Design Education*, 9(4), 1.
- Broom, Glenn M., & Bey-Ling Sha (2013). *Cutlip dan Center's Effective Public Relations (11<sup>th</sup> Edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Budiarsa, Y. T., & Pandiangan, A. (2022). Komunikasi Politik di Masa Pandemi: Analisis Isi Unggahan Instagram mengenai Program Pengendalian Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(2), 123–138.
- Claretta, D., Arsy, F. S., Komarullah, A. R., & Hanan, B. (2022). Peran Campaign Lewat Media Sosial Instagram (Into The Light dalam Membangun Public Awareness).

- Sibatik Journal : *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 153–162.
- Coles, L. (2014). *Marketing with social media: 10 easy steps to success for business*. John Wiley & Sons.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Des Ardy, G. (2022). Pengaruh Kampanye PR Gojek# PesanDariRumah terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menaati Protokol Gojek J3K. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(02), 192–206.
- Gerakan #Bijak Berplastik Menuju Ekonomi Sirkular - Info Tempo - koran.tempo.co.* (n.d.). Retrieved December 1, 2023, from Koran Tempo
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Indonesia Ikut Sumbang Sampah Plastik Laut Terbesar di Dunia.* (n.d.). Retrieved December 1, 2023, from <https://dataindonesia.id/varia/detail/indonesia-ikut-sumbang-sampah-plastik-laut-terbesar-di-dunia>
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.

- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram@ greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah-Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 120–129.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*. Pearson International Content.
- Laroche, M., Habibi, M. R., Richard, M.-O., & Sankaranarayanan, R. (2012). The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1755–1767.
- Limento, N & Cahyadi, L. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Loyalty*, *Brand Association*, *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian. *JCA Ekonomi*, 1(2), 530-538.
- Meijer, L. J. J., van Emmerik, T., van der Ent, R., Schmidt, C., & Lebreton, L. (2021). More than 1000 rivers account for 80% of global riverine plastic emissions into the ocean. *Science Advances*, 7(18). <https://doi.org/10.1126/SCIADV.AAZ5803>
- Mulianingsih, M., Nabila, F., & Iftikhar, G. F. (2022). Social Media and Culinary: Analysis of@ jktfoodbang as A Culinary Recommendation Platform. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(1), 7–22.
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(I), 21–33.

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

- Perdana, G. N. R., Irawan, B., & Akbar, P. (2023). # PrayForKanjuruhan On Twitter: Public Response to the Kanjuruhan Stadium Disaster. *Nyimak: Journal of Communication*, 7(1), 89–107.
- Rachim, M. A., Rhodiah, F. K., Zakaria, M. H., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Understanding citizen health protocol behavioral intention: The mediation role of perceived risk. *Bussecon Review of Social Sciences (2687-2285)*, 3(4), 31–40.
- Rahadhini, M. D. (2010). Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(1).
- Rosady, R. (2008). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. *Jakarta: PT Rajagrafindo Persada*, 11.
- Sagala, R. (2020). Transparansi Laporan Keuangan Sebagai Media Komunikasi dan Informasi bank Papua dalam keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(2), 75–97.
- Sallam, M. A. (2016). The impact of brand image and corporate branding on consumer's choice: The role of brand equity. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1), 98.
- Sari, A. D. P., Karo, S. B., Kurniawati, L. S. M. W., Harry, H., & Fernando, J. (2022). Determinasi Pesan Kampanye# MYBABYTREE di Akun Instagram@ wwf\_id terhadap Partisipasi Followers dalam Melakukan Pelestarian Hutan. *JCommSci- Journal of Media and Communication Science*, 5(2), 69–79.
- Sugiyono, & Susanto. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

- SIPSN - Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional*. (n.d.). Retrieved December 1, 2023, from <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Sistianingaluh, W., & Oktaviani, R. C. (2022). INOVASI KAMPANYE DIGITAL PINTARISME DALAM MEMPERKUAT BRAND IMAGE PERUSAHAAN TOLAK ANGIN MELALUI IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Soemirat, S. (2012). *Dasar-dasar public relations*.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26.
- Tuckwell, K. J. (2013). *Integrated marketing communications*. Pearson Education Canada.
- Widjaja, S. R., & Natakoesoemah, S. (2021). Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program BRIncubator. *Communication*, 12(1), 34–43.

U  
M  
M  
N  
  
U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
A  
S  
  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A