



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

- Altstiel, A., & Grow, J. (2010). *Advertising Creative: Startegy, Copy + Design* (2nd ed.). Canada, : SAGE.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005a). *Basics Design 02: Layout*. London, UK: AVA Publishing.
- (2005b). *Basics Design 03: Typography*. London, UK: AVA Publishing.
- Asian & Pacific Islander Institute on Domestic Violence. (n.d.). *Patriarchy & Power*. Diakses dari: <http://www.apiidv.org/violence/patriarchy-power.php>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (9th ed.). New York, US: McGraw-Hill.
- Blakeman, R. (2004). *The Bare Bones of Advertising Print Design*. Maryland, US: Rowman & Littlefield Publishers.
- Chang, V. N. (1996). *I Just Lost Myself: Psychological Abuse of Women In Marriage*. Westport, US: Greenwood Publishing Group.
- Dameria, A. (2007). *Color Basic*. Jakarta, ID: Link & Match Graphic.
- Denmark, F., & Paludi, M. A. (2008). *Psychology of Women: A Handbook of Issues and Theories* (2nd ed.). California, US: Greenwood Publishing Group.
- Djamil, I. Z. (2009). *Besarnya Eksploitasi Perempuan dan Lingkungan di Indonesia: Siapa Bilang Bisa Mengendalikan Penyulutnya*. Jakarta, ID: Elex Media Komputindo.

- European Institute for Gender Equality. (n.d.). *What Is Gender Based Violence*.
Diakses dari: <http://eige.europa.eu/gender-based-violence/what-is-gender-based-violence>
- Gani, P. K. (2014, Juni 9). *Kampanye Sosial*. Diakses dari.
<http://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/>
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach*. London, UK: Kogan Page.
- Gunter, B. (2000). *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*. London, UK: SAGE Publications.
- Henslin, J. M. (2007). *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi (Jilid 2) (6th ed.)*. (Kamanto Sunarto, Trans.). Jakarta, ID: Penerbit Erlangga.
- Indriatmoko, Y. dkk. (2007). *Dari Desa Ke Desa: Dinamika Gender dan Pengelolaan Kekayaan Alam*. Bogor, ID: CIFOR.
- Kazmi, S. H. H., & Batra, S. K. (2009). *Advertising and Sales Promotion*. New Delhi, IN: Excel Books India.
- Komnas Perempuan. (2015). *CATAHU Komnas Perempuan Tentang Kekerasan Terhadap Perempuan*. Diakses dari: <http://www.komnasperempuan.or.id/wp-content/uploads/2015/03/CATAHU-2015-Edisi-Launching.pdf>
- Landa, R. (2010). *Graphic Design Solutions (4th ed.)*. Boston, US: Cengage Learning.
- Larson, C. U. (2004). *Persuasion: Reception and Responsibility (10th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth.

- McCue, M. L. (2008). *Domestic Violence: A Reference Handbook* (2nd ed.). California, US: ABC-CLIO.
- Mishra, P. (2009). *Sales Management: Keys to Effective Sales*. Delhi, IN: Global India Publications.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, ID: Prenada Media Group.
- Mulia, M. (2014, Maret 26). *Akhiri Kekerasan Terhadap Perempuan Sekarang Juga!*. Diakses dari: <http://www.jurnalperempuan.org/blog/category/kekerasan-terhadap-perempuan>
- Nadelson, C., & Notman, M. (Eds.). (2013). *The Woman Patient: Concepts of Femininity and the Life Cycle*. New York, NY: Springer Science & Business Media.
- Nurrachman, N. (2010). Psikologi Perempuan: Kontekstualisasi dan Konstruktivisme Dalam Psikologi. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 7(1), 1-8.
- Nykiel, R. A. (2007). *Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism*. Binghamton, NY: The Haworth Hospitality & Tourism Press.
- Perreault, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2014). *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach* (9th. ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

- Poulin, R. (2012). *The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles*. Boston, US: Rockport Publishers.
- Rahadian, L. (2015, Maret 7). Rumah Tangga Jadi Ranah Utama Kekerasan Terhadap Perempuan. *CNN Indonesia*. Diakses dari: <http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150306185211-20-37339/rumah-tangga-jadi-ranah-utama-kekerasan-terhadap-perempuan/>
- Ramadhani (2013, April 30). Ini Tiga Sebab KDRT Meningkat. *Tempo Gaya*. Diakses dari: <http://gaya.tempo.co/read/news/2013/04/30/174476731/ini-tiga-sebab-kdrt-meningkat>
- Sadli, S. (2010). *Berbeda Tetapi Setara: Pemikiran Tentang Kajian Perempuan*. Jakarta, ID: Penerbit Buku Kompas.
- Smith, R. D. (2013). *Strategic Planning for Public Relations* (4th ed.). London, UK: Routledge.
- Snyder, L. B., & LaCroix, J. M. (2012). How Affective Are Mediated Health Campaign: A Synthesis of Meta-Analysis. Dalam Rice, R. E. & Atkin, C. K. (Ed.), *Public Communication Campaigns* (4th ed.), 8, 113-132. London, UK: SAGE.
- Terry, G. & Hoare, J. (2007). *Gender-based Violence*. Oxford, UK: Oxfam.
- Triadi, D. & Bharata, A. S. (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta, ID: Elex Media Komputindo.
- Tymorek, S. (2010). *Career Launcher: Advertising and Public Relations*. New York, NY: Infobase Publishing.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2004 Tentang Penghapusan KDRT

Undang-Undang No. 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan

Universitas Brawijaya. (2005, Januari 29). *Kekerasan Perempuan, Karena Faktor*

Kultur dan Struktural. Diakses dari:

<http://prasetya.ub.ac.id/berita/Kekerasan-Perempuan-Karena-Faktor-Kultural-dan-Struktural-9746-id.html>

Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung, ID: Simbiosis Rekatama Media.

UMMN