

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, M. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Cutlip, & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus Publisher.
- Fitri, D. Y. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Ikapi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.
- Mertha, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Morissan. (2018). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Perloff, Richard M. (2017). *The Dynamics of Persuasion*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Ramdhan, D. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Skinner, B. (1938). *The Behavior Of Organisms An Experimental Analysis*. New York: Appleton-Century Company, Inc.
- Swarjana, I. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling Dan Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi (Anggota Ikapi).
- Venus, A. (2022). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

## Jurnal/Skripsi

- Alifah, P. H. (2022). *Pengaruh Pesan Kampanye #SemuaJugaBisa di Instagram*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Damayanti, A. (2018). *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee Di Media Sosial)*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah, Iain, Ponorogo.
- Gazalba, F. H. (2019). *Media Sosial Sebagai Media Kampanye Anti Kekerasan Seksual*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung.
- Hengky, S., & Kikvidze, Z. (2021). *Sustainable Coastal Tourism In Tanjung Kelayang, Indonesia*. *Tourism Planning & Development*, Volume 18.
- Krisyanti, & Ilona, D. (2020). *Pengaruh Kampanye #Pantangplastik Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei Pada Pengikut Instagram @Greenpeaceid)*. *Jurnal Komunika*, Vol. 9, No. 1.
- Maidiana. (2021). *Penelitian Survey*. *Journal Of Education*, Volume 2, No. 1.
- Mubin, M. A. (2021). *Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas Earth Hour Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda di Kota Surabaya*. *Jurnal Commercium*, Vol. 4, No. 1.
- Octavia, N. (2022). *Pengaruh Pesan Kampanye “Langkah Baikmu Berarti” Melalui Instagram Terhadap Brand Image Wardah Kosmetik*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Uin Sultan Syarif Kasim.
- Pertiwi, N. (2022). *Gambaran Elaboration Likelihood Model (Elm) Terhadap Informasi Hoaks*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putrielse, S. C. (2022). *Efektivitas Media (Studi Tentang Akun Instagram @Iddkp Sebagai Sarana Kampanye Gerakan Indonesia #Dietkantongplastik)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
- Sapara, M. M. (2020). *Dampak Lingkungan Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Perempuan di Desa Ammat Kecamatan Tampana Amma Kabupaten Kepulauan Talaud*. *Holistik, Journal Of Social And Culture*, Vol. 13, No. 3.
- Shalmont, J. (2020). *Sustainable Beauty: Kesiapan Konsumen di Indonesia Dalam Mengintegrasikan Konsep Keberlanjutan Dalam Pengelolaan Sampah Kemasan Plastik Produk Kecantikan*. *Law Review*, Volume Xx, No. 2.
- Supada, W. (2020). *Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi*. *Communicare*, Vol 1, No 1.

Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). *Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik*. *Jurnal Lugas*, Vol. 4, No. 1.

Utami, G. D. (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*, Vol. 5, No. 2.

### **Internet**

Defitri, M. (2022). *Pentingnya Daur Ulang Plastik Bekas Skincare*. *Waste4change.com*: <https://waste4change.com/blog/pentingnya-daur-ulang-plastik-bekas-skincare/>. Diakses pada 15 November 2022.

Direktorat Pengawasan Kosmetik. (2022). *Badan POM: Paham-Cpkb-Merupakan-Kunci-Sukses-Industri-Kosmetik-Dalam-Negeri.html*. Diakses pada 5 Januari.

Dopita, E. (2022). *#PakeSampaiHabis, Solusi Nyata Kurangi Sampah Produk Skincare di Rumah*. *Kompas.com*: <https://www.kompas.com/homey/read/2022/06/05/090600376/pakesampai-habis-solusi-nyata-kurangi-sampah-produk-skincare-di-rumah?page=all>. Diakses pada 15 November 2022.

Mulyono. (2019). *Analisis Regresi Sederhana*. *Bbs.binus.ac.id*: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>. Diakses pada 7 Desember 2022.

Mutia A. (2022). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. *Katadata*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>. Diakses pada 7 Januari 2023

Tanuwidjaja, K. D. (2022). *#PakaiSampaiHabis, Siapa Takut?*. *Cleanomic.co.id*: <https://www.cleanomic.co.id/post/pakaisampaihabis-siapa-takut>. Diakses pada 16 November 2022.