

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal

- Aditya Halim Perdana Kusuma, A. S. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Amalia, R. & Sudiby, AG. (2020). Pengaruh Kampanye *Public Relations* No Straw Movement Terhadap Loyalitas Pengunjung Kona Koffie. *Journal of Creative Communication*. Vol. 2, No. 1, 73-85.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ardy, Gandy Des & Natalia, El Chris. (2022). Pengaruh Kampanye *Public Relations* Gojek #PesandariRumah terhadap Kesadaran Publik dalam Menaati Protokol Gojek J3K. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. Vol. 20, No. 2.
- Arifin Sugianto, A. W. (2019). Kampanye *Public Relations* dalam Membentuk Sikap Positif Khalayak. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 2 No. 1, 50-51.
- Bobbitt, R. S. (2014). *Developing The Public Relations Campaign: A TEAM-BASED APPROACH*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Brand, & Re-Branding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global"*. Depok: Rajawali Pers.
- Chernev, A. (2020). *Strategic Brand Management, 3rd Edition*. USA: Cerebellum Press.
- Dominikus juju, M. (2013). *Twitter*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Endah Fantini, A. S. (2022). *Humas & Keprotokolan*. Yayasan Pendidikan Muslim.
- Grogery, A. (2018). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Haryani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan Di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol 46, No 1, 90.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Jeperson Hutahaean, H. D. (2022). *Literasi Digital: Bijak Dalam Berekspresi Dan Bermedia Sosial*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kaligis, Retor A. W. & Anshari, F. (2020). Analisis Pengaruh Kampanye *Public Relations* #SaveGBK dan Identitas Sosial Pada Sikap Jakmania Depok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 18, No. 2, 154-168.
- Kapriani, D. R. (2014). Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol.20, No.03, hlm. 160-170.
- Kim, C. M. (2016). *Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing*. New York: Routledge.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: KENCANA.

- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah*. Jakarta: KENCANA.
- M. Fikri Akbar, Y. E. (2021). *Public Relations*. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia.
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal Of Education*, 1(2), 21-22.
- Nurtjahjani, F. (2018). *Public Relations: Citra & Praktek*. Malang: POLINEMA PRESS.
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada TV Berita*. Yogyakarta: Deepublish.
- Regina M. Luttrell, L. W. (2018). *Public Relations Campaigns: An Integrated Approach*. California: SAGE Publications.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 66.
- Ristek. (2009). *Sains & Teknologi 2*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Santosa, H. (2021). *Pencitraan Visual Kawasan Urban : Teori, Strategi Dan Perencanaan Landscape Visual Planning System*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Silviani, I. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sitorus, S. A., & Nada Arina Romli, M. C. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Stevany, C & Setiadarma, A. (2022). Strategi Kampanye *Public Relations For Every Face* Perusahaan XXX (Studi Kasus Pada Kampanye Perusahaan XXX). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022*. Vol. 27, No.1.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumargo, Bagus. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta Timur: UNJ PRESS
- Susanti, S, Erwina. W, Putri. T. B. (2020). Pesan Promosi Program Televisi dalam Akun Twitter @Netmediatama. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, Vol. 12, No. 01.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Yudaninggar, Kartika S & Prabowo, Inggit D. (2022). Pengaruh Kampanye *Public Relations New Normal* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Heha Sky View Yogyakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*. Vol. 03, No. 01.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.

## Situs Web

- bbs.binus.ac.id. Mulyono. (2019, 02 Desember). Analisis Regresi Sederhana. Diakses pada 24 Oktober 2022. Dari <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- dataindonesia.id. Rizaty, Monavia Ayu. (2022, 10 Agustus). Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 juta pada 2022. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- fimela.com. (2022, 31 Oktober). Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih *Brand Makeup* Lokal. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://www.fimela.com/beauty/read/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal>
- statista.com. (2021, 23 November). *South Korean Pop Youtube Views by Country*. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country/>
- tirto.id. Bhaskara, Ign. L. Adhi. (2019, 15 Januari). Mengapa Semakin Banyak Warga Korsel Belajar Bahasa Indonesia?. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://tirto.id/mengapa-semakin-banyak-warga-korsel-belajar-bahasa-indonesia-der2>
- usefeed.com. Bobby, B. (2020, 08 April). *Skincare* Lokal Terbaik. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://ussfeed.com/skincare-terbaik-lokal/seo/>
- whitelab.co.id. (2022). Diakses pada 14 Oktober 2022. Dari <https://www.whitelab.co.id/en/>
- zapclinic.com. (2023). *Zap Beauty Index 2023*. Diakses pada 01 Juni 2023. Dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2023>