

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Aldrian, E., Karmini, M., dan Budiman. (2011). *Adaptasi dan Mitigasi Perubahan Iklim di Indonesia*. Pusat Perubahan Iklim dan Kualitas Udara, Kedeputan Bidang Klimatologi Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG).
- Ananingsi, C., dan Hariwibowo, I. N. (2021). *Generasi Milenial Cinta Lingkungan*. Universitas Katolik Soegijpranata.
- Angelia, F., Riyantie, M., dkk. (2020). *Komunikasi Lintas Era Book Series Volume 1: Public Relations di Era Digital*. Syiah Kuala University Press.
- Gregory, A. (2020). *Perencanaan dan Manajemen: Kampanye Public Relations* (N. Mahanani & S. Saat, Eds.; 2nd ed.). Erlangga.
- Kristono, N., dan Wiratomo, G. H. (2017). *Pendidikan Generasi Muda Dan Bela Negara (Konsep, Metode, dan Implementasi)*. Universitas Negeri Semarang.
- Mangunjaya, F. M. (2015). *Mempertahankan Keseimbangan: Perubahan Iklim, Keanekaragaman Hayati, Pembangunan Berkelanjutan dan Etika Agama*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Moleong, Ixey J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (1st ed.). Cakra Books.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations and Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2021). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Saitel, F. P. (2015). *Praktik Public Relations*. Erlangga.
- Soeparno, K., Rahmawati, I., dkk. (2020). *Ragam Ulas Kebencanaan*. Deepublish.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Rajawali Pers.
- Sugiono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Alfabeta.

- Sujanto, R. Y. (2019). Pengantar Public Relations di Era 4.0: Teori, Konsep, dan praktik kasus terkini. Pustaka Baru Press.
- Venus, A. (2009). Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Simbiosis Rekatama Media.
- Yuniarto, B. (2013). Membangun Kesadaran Warga Negara Dalam Pelestarian Lingkungan. Deepublish.

#### **JURNAL:**

- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Program Kampanye “Say No To Plastic Bag” Oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 155–177.
- Ardy, G. des, dan Natalia, E. C. (2022). Pengaruh Kampanye PR Gojek #PesanDariRumah terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menaati Protokol Gojek J3K. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(02), 192–206. <https://doi.org/10.46937/20202240791>
- Arianita, V. B. J., Roosinda, F. W., dan Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas\_Indonesia melalui #IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 113–122. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v8i2.4>
- Harmuningsih, D., dan Saleky, S. R. J. (2019). Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Generasi Muda Tentang Perubahan Iklim dan Pengaruhnya Terhadap Niat Perilaku Pro-Lingkungan. *SPECTA Journal of Technology*, 1(3), 27–36. <https://doi.org/10.35718/specta.v1i3.84>
- Hidayat, D., Gustini, L. K., dan Dias, M. P. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 257. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3575>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Pasaribu, Y. A. (2018). Kampanye Kesadaran Masyarakat Mengenai Pelestarian Cagar Budaya Berdasarkan Undangundang Nomor 11 Tahun 2010. *Kalpataru*, 27(1), 15. <https://doi.org/10.24832/kpt.v27i1.544>
- Rizal, D. A., dan Kharis, A. (2022). Kesadaran Sosial Dalam Pemikiran Nietzsche: Tinjauan Dalam Proses Pengembangan Masyarakat di Indonesia. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.24235/empower.v7i1.9787>

- Sudarman, A. (2019). Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 35–54. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Utami, G. D., Tahar, S., Marta, R. F., dkk. (2022). Telaah Pesan Kampanye# Bijakkelolasampah pada Instagram@ Waste4Change Mengenai Program Send Your Waste yang Berdampak Terhadap Sikap Followers Mengelola Sampah Skincare. *Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 80–97.

#### **INTERNET:**

Khaerunnisa, Rizka. (2022). The Body Shop Luncurkan Kampanye Perubahan Iklim “Be Seen Be Heard”. Diakses 11 November 2022. (<https://www.antaranews.com/berita/2909745/the-body-shop-luncurkan-kampanye-perubahan-iklim-be-seen-be-heard>).

The Body Shop Indonesia. (2022, May 6). *Lead The Fight To Change The Future Be Seen. Be Heard*. Diakses 10 November 2022. (<https://www.thebodyshop.co.id/blog/lead-the-fight-to-change-the-future-be-seen-be-heard>).

United Nations. (2020). Perserikatan Bangsa-Bangsa - Laporan Pemuda Sedunia (WYR). Diakses 8 Agustus 2023. (<https://social.desa.un.org/issues/youth/united-nations-world-youth-report-wyr?page=0>).