

Daftar Pustaka

- Annisa, Rizqiya Nor. (2016). STRATEGI KOMUNIKASI KAMPANYE SOSIAL DI MEDIA SOSIAL (Studi Pada Komunitas di Akun Instagram @ogeSkatoK dan Twitter @berbaginasiMLG di Malang) - UMM Institutional Repository. *Umm.ac.id*.
<https://eprints.umm.ac.id/46171/1/jiptummpp-gdl-rizqianor-46550-1-pendahul-n.pdf>
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. E. (2015). *Strategic Public Relations Management*. Routledge.
- Batiqi. (2023, June). <https://www.instagram.com/batiqi/>
- Broom, G. M., & Dozier, D. M. (1990). *Using research in public relations : applications to program management*. Englewood Cliffs, Nj Prentice Hall.
- Carolyn Mae Kim. (2016). *Social Media Campaigns*. Routledge.
- Dibébérké 🧑🏻♂️ ✨. (2023, June). <https://www.instagram.com/dibeberke/>
- Djaffar, R. (2017). DISEMINASI TEKNOLOGI INFORMASI PADA MASYARAKAT NELAYAN DI KABUPATEN TAKALAR DAN BARRU. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1).
- Indonesia, D. (2023). *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. *Dataindonesia.id*.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2020). Social Media Marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and Future Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>

- Lubis, M., & Ganiem, L. M. (2017). Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik). *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.457>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Patji, A. R. (2010). *PENGEMBANGAN DAN PERLINDUNGAN KEKAYAAN BUDAYA DAERAH: RESPON PEMERINTAH INDONESIA TERHADAP ADANYA KLAIM OLEH PIHAK LAIN*.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Janitra, P. A. (2020). Strategi aktivisme digital di Indonesia: aksesibilitas, visibilitas, popularitas dan ekosistem aktivisme. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.26522>
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2021). Social Media, Digital Activism, and Online Gender-Based Violence in Indonesia. *Nyimak: Journal of Communication*, 5(1), 97. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v5i1.3218>
- Remaja Nusantara. (2023, June). <https://www.instagram.com/remajanusantara/>
- Rossiter, J. R., Percy, L., & Lars Bergkvist. (2018). *Marketing Communications*. SAGE.
- Rusniati, & Haq, A. (2014). Perencanaan Strategis dalam Perspektif Organisasi. *Jurnal INTEKNA*, 2, 102–209.

- Santiyuda, P. C., Purnawan, N. L. R., & Gelgel, N. M. R. A. (2023). Kampanye #Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain The #Berkaingembira Campaign in Building Generation Z Awareness of Cloth Culture. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1–12.
- Saputri, Nindy Dwi. (2018). KAMPANYE SOSIAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA CITY BRANDING KABUPATEN TRENGGALEK (Studi Pada Akun Instagram I Love Trenggalek) - UMM Institutional Repository. *Umm.ac.id*. <https://eprints.umm.ac.id/37038/1/jiptummpp-gdl-nindydwisa-51001-1-pendahul-n.pdf>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal the Messenger*, 3(2), 69.
- Sintaasih, D. K., Nimran, U., Sudarma, M., & Surachman. (2011). Knowledge Management dan Peran Strategic Partner SDM: Pengaruhnya Terhadap Perencanaan Strategik dan Kinerja Organisasi (Studi pada Rumah Sakit di Bali). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.17-31>