

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Hamid, I., & Wan Yahaya, W. A. (2020). Zero-Waste Campaign: Assessment on University Student's Behaviour, Awareness, and Impact on Plastic Products. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(3), 24–29. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i3.371>
- Amali, Z. (2021). KLHK Catat Setengah Juta Ton Sampah Plastik di Lautan Indonesia. *Tirto.Id*, 2019–2021. <https://tirto.id/klhk-catat-setengah-juta-ton-sampah-plastik-di-lautan-indonesia-ghxv>
- Anindita, W. (2012). *Strategi Kampanye Public Relations Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) Dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar di Kota Bandung Studi Kasus Mengenai Strategi Kampanye Public Relations GIDKP dalam Meningkatkan Sosialisasi Plastik Berbayar* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/13457/>
- Arbi, A. (2016). Governmental Communication Strategies in Socializing Waste Management. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(8), 643–652. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2016.v6.726>
- Ardianto, E. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2018). *Handbook of Public Relations Pengantar Komperhensif* (N. Siti Nurbaya (ed.); 5th ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Budiarti, R. E. T. (2020). Kampanye Public relations Online Melalui Media Sosial Instagram @ lesswasteshift. *Humas: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(November), 349–368. <https://doi.org/10.15575/reputation.v3i>
- Christophorus Herjanto, W. (2020). *Analisis Strategi Kampanye Public Relations Melalui Media Sosial: Kampanye Public Relations #Bisaaja RedDoorz Indonesia Di Instagram* [Universitas Multimedia Nusantara]. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/14556>
- Daymon, C., & Immy, H. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relationa & Marketing Communicationa*. Bentang.

- Deasastika, E. (2021). *Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #TukarBaju* [Universitas Telkom].
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/168902/strategi-komunikasi-zero-waste-indonesia-dalam-kampanye-tukarbaju.html>
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia* (L. Saputra (ed.)). Karisma Publishing Grup.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/16752/komunikasi-antarmanusia-5-e-.html>
- Effendy, O. U. (2016). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Febiola, V., & Tamburian, D. (2021). The Effect of Digital Public Relations Campaign on Customer Loyalty (Study on “Self-Love” Campaign in @Pluffyschoice Instagram). *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 789–794.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.124>
- Gregory, A. (2004). *Seni Praktik PR : Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations (Edisi Kedua)* (2nd ed.). Erlangga.
- Indonesia, T. B. S. (2021a). *Aprreciation of The Body Shop Indonesia*. Www.Thebodyshop.Co.Id. <https://www.thebodyshop.co.id/blog/appreciation-for-the-body-shop-indonesia>
- Indonesia, T. B. S. (2021b). *Keren Tanpa Nyampah*. Www.Thebodyshop.Co.Id. <https://www.thebodyshop.co.id/blog/bbob-keren-tanpa-nyampah>
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations Edisi Kelima*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2019). Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.75/Menlhk/Setjen/Kum.1/10/2019 Tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah Oleh Produsen. In *Permen KLHK No75/MENLHK/SETJEN/KUM.1/10/2019 TENTANG PETA JALAN PENGURANGAN SAMPAH OLEH PRODUSEN*

KLHK No75/MENLHK/SETJEN/KUM.1/10/2019 TENTANG PETA JALAN PENGURANGAN SAMPAH OLEH PRODUSEN (Vol. 53, Issue 9).
http://jdih.menlhk.co.id/uploads/files/P_75_2019_PETA_JALAN_SAMPAH_menlhk_12162019142914.pdf

- Khoerunnisa, R., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman. *Humas: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(4), 59–77.
<http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/humas/article/view/453>
- Lestari, R. E. K., & Hartanti, L. E. P. (2018). The Effect of Internal Public Relations Campaign Programme Towards Employees Behavioral Changes. *Jurnal InterAct*, 7(2), 33–40. <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Mulyana, D. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85.
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654>
- Natashya, M. L. I., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2018). Proses Kampanye Public Relations “Youtube Broadcast Box” di Media Sosial. *Gunahumas*, 1(1), 56–71.
- Ratnawati. (2017). *Strategi Kampanye Public Relations Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah Pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar* [UIN ALAUDDIN MAKASSAR]. http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11004/1/RATNAWATI-STRATEGI_KAMPANYE_PUBLIC_RELATIONS_DALAM_MENINGKATKAN.pdf
- Ruslan, R. (2013a). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Raja Grafindo Pustaka.
- Ruslan, R. (2013b). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Raja Grafindo Pustaka.
- Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 53–65. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1320>

- Sirait, N., Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Influence of the Campaign “Let’S Disconnect To Connect” on Anti-Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indonesia Official Account Followers). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2021a). *Capaian Pengelolaan Sampah*. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2021b). *Komposisi Sampah*. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi>
- Stacks, D. W., Michaelson, D., & Wright, D. (2012). Evaluating Efficacy in Public Relations/Corporate Communication Programming: Towards Establishing Standards of Campaign Performance. *Public Relations Journal*, 6(5).
- Sugeng Pujileksono. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suryana, A. (2019). *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. 1–51.
- TheBodyShop. (2020). *Bring Back Our Bottles (Bbob)*. 17 Juli. <https://www.thebodyshop.co.id/blog/bring-back-our-bottles>
- TheBodyShop. (2021). *Refill Station*. 14 September.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Waste4Change. (2020). *Sampah Jakarta*. <https://waste4change.com/>
- We Are Social. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103.
- Yunita Devi, H. (2019). *Implementasi Kampanye Public Relations "Indonesia Goes Pink 2018"* [Universitas Multimedia Nusantara]. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/10057>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.

<https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>