

REFERENCES

BOOK

- A Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bettinghaus, Erwin P. 1973. *Persuasive Communication*. Holt, Rinehart, and Winston. New York.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Keller, K. L . 2003. *Strategic Brand Manajemen, Second Edition*. Prentice Hall
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Rezi, Maulana.(2018). *Psikologi Komunikasi : Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Yogyakarta: Phoenix Press.

- Riduwan & Kuncoro, E., A. (2014). Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: Alfabeta.
- Riduwan & Kuncoro, E., A. (2017). Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: Alfabeta.
- Soehadi. 2005. Effective Branding. Bandung: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi, *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi*, Nuansa, Bandung, 2005.
- Sunarjo & Sunarjo, Djoenaesih S. 1983. Komunikasi, Persuasif, dan Retorika. Yogyakarta: Liberty.
- Sunjoyo & Rony. (2013). Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0). Bandung: Alfabeta.
- Tan, Alexis S. 1981. Mass communication theories and research. Columbus: Grid Publishing.
- Venus, Antar. 2018. Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama media.

Thesis and Journal

- Bada, Nurse & Sasse. 2015. Cyber Security Awareness Campaigns: Why do they fail to change behavior?. Available on: <https://www.researchgate.net/publication/274663655>
- Damiarti, Arini & Damayanti, Trie & Nugraha, Aat. (2019). KAMPANYE #THINKBEFOREYOUSHAKE OLEH ORGANISASI DO SOMETHING INDONESIA UNTUK MENGUBAH PERILAKU GENERASI MILENIAL. Metacommunication: Journal of Communication Studies. 4. 65. DOI:10.20527/mc.v4i1.6355

Jain & Jain. 2019. Study of the Effectiveness of Advertising Jingles. Available on: DOI: 10.13140/RG.2.2.30548.24965

LESLIE B. SNYDER, MARK A. HAMILTON, ELIZABETH W. MITCHELL, JAMES KIWANUKA-TONDO, FRAN FLEMING-MILICI & DWAYNE PROCTOR (2004) A Meta-Analysis of the Effect of Mediated Health Communication Campaigns on Behavior Change in the United States, *Journal of Health Communication*, 9:sup1, 71-96, DOI: 10.1080/10810730490271548

Lubis, M. Bukhari Rizki Lubis. 2017. Pengaruh Tagline dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness (Studi pada Iklan Oreo dengan Tagline "Penuh Keajaiban" dan Jingle "Bayangkan ku Beri Oreo" di Televisi Terhadap Masyarakat di Kota Medan". Available on: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3197>

Mubin, Maulana Achmad. 2021. Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas *Earth Hour* Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda di Kota Surabaya. Available on: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/40612>

Noorhasana, D.E., Suprpto, H., & Mulyana, S. (2012). Hubungan antara Kegiatan Kampanye Anti Tembakau dengan Sikap Siswa SMP Al Syukro Ciputat terhadap Bahaya Merokok. Available on: <https://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1685>

Normawati, Maryam & Priliantini. 2018. Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect To Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing. Available on: DOI: 10.31504/komunika.v7i3.1665

Shakil, Asad. 2019. How Jingles in Advertising Affect Retention and Recall of the Product. Available on: <https://www.researchgate.net/publication/330271730>

Syafrikurniasari & Widiani. 2020. Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. Available on: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/download/937/508>

Triartanto, Suriyanto & Mutiah. 2021. Dekonstruksi Makna Teks Protokol Kesehatan Covid-19 Pada Kampanye Lagu “Ingat Pesan Ibu” di Media Youtube (Analisis Hermeneutika Radikal Derrida). Available on: <https://doi.org/10.52160/e-jmp.v5i1.808>

Wulandari, S.A., QouteNuraini, C., & Nugroho, D.R. (2019). PENGARUH KAMPANYE KOMUNIKASI PADA GERAKAN “BOGOH KA BOGOR” TERHADAP PERUBAHAN SIKAP MASYARAKAT (Studi Kasus KECAMATAN BOGOR TENGAH). Available on: <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/1296>

Internet

antaranews.com (2020). Sosok Ibu Dalam Kampanye Pencegahan Covid-19 Available on: <https://www.antaranews.com/berita/1825292/sosok-ibu-dalam-kampanye-pencegahan-covid-19>

beritasatu.com (2020). Lewat Pesan Ibu Padi Reborn Putus Rantai Covid-19 Available on: <https://www.beritasatu.com/kesehatan/682703/lewat-pesan-ibu-padi-reborn-putus-rantai-covid19>

Dinas Kesehatan. 2020, 1 September, Memotret Kepatuhan Masyarakat dan Komunikasi Risiko Covid-19 di DIY Available on: <https://www.dinkes.jogjapro.go.id/berita/detail/memotret-kepatuhan-masyarakat-dan-komunikasi-risiko-covid-19-di-diy>

kompas.com (2020). Apa Itu Virus Corona Yang Jadi Penyebab Penyakit Covid-19 MERS dan SARS? Available on: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/17/153000465/apa-itu-virus-corona-yang-jadi-penyebab-penyakit-covid-19-mers-dan-sars?page=all>

Sekretariat Presiden. 2020, 2 Maret. Keterangan Pers Presiden RI Terkait Dua WNI Positif Korona, Istana Merdeka, 2 Maret 2020 [Video]. Youtube. https://youtu.be/0_y8QSbg_yo

Sekretariat Presiden. 2020, 15 Maret. LIVE: Keterangan Pers Presiden RI, Istana Bogor, 15 Maret 2020 [Video]. Youtube. <https://youtu.be/S-z9yefp-lk>