

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, R. S. (2018). Kampanye 'Yuk Nabung Saham'IDX Untuk Mengubah Mindset Saving Society Menjadi *Investing Society*. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 93-99
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/viewFile/3705/2417>
- Adiyanto, M. W. A. (2021). *Analisi Strategi Kampanye Komunikasi Pemerintahan Kota Semarang Dalam Mengingat Program "Semarang Wegah Nyampah"* (Doctoral dissertation, Master Program in Communication Science). <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/4683/>
- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Amalia, R. N. (2021). *Personal branding@ holynaldy dalam karya digital drawing melalui instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17761/>
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita. <https://cdn7.pdfshares.com/?book=15928657-instagram-handbook>
- Aulia, D. C., Situmorang, H. K., Prasetya, A. F. H., Fadilla, A., Nisa, A. S., Khoirunnisa, A., & Lubis, R. F. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat tentang Pengelolaan Sampah dengan Pesan Jepang. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(1). <https://journal.fkm.ui.ac.id/pengmas/article/download/5516/1262>
- Bender, G. W. (2022). Strategi Komunikasi Kampanye Sadar Stunting 2021 Melalui Kol. *Jurnal Pariwisata*, 2(1), 14-24. <http://103.75.24.116/index.php/pariwara/article/download/1024/659>
- Daulay, M., Junita, J., Taufik, M., & Hutaeon, M. (2021). Tim Penyusun Materi Dalam Debat Publik Atau Debat Terbuka Pada Pilkada Kabupaten Labuhanbatu Selatan Tahun 2020. *Ika Bina En Pabolo: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 102-108. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ikabinaenpabolo/article/viewFile/3514/2727>
- Dewi, I.A. (2021) *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Semarang Dalam Kampanye Semarang Wegah Nyampah*. [Skripsi, Universitas Semarang]. *Repository Universitas Semarang* <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-G31A-603.html>

- Drimulrestu, A., Nugroho, A., Naryoso, A., & Ulfa, N. S. (2014). Divisi Brand Communication Manager dalam Kampanye PR Undip Environmentally Friendly Campus" Grenade (Green Action To Avoid Earth Destruction)". *Interaksi Online*, 2(2) (DEWI, 2021) <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/viewFile/5108/4915>
- Fairuzy, M. R. (2023). Strategi Kampanye ‘Semarang Wegah Nyampah’ Yang Dilakukan Oleh Humas Pemerintah Kota Semarang Melalui Management Event Dalam Menangani Permasalahan Lingkungan (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro). https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/14507/1/INHUM_S_Muhammad%20Rayhan%20Fairuzy.pdf
- Fauziah, A. N., Dewi, A. M., Rahman, N. A., Mubarrok, M. R. M., & Putra, R. R. K. (2021). Dampak Pandemi Terhadap Komunikasi Pemasaran Penjual Online Shop di Media Sosial Instagram. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 1(2), 41-48. <https://journal.unindra.ac.id/index.php/gandiwa/article/download/880/782>
- Flowerina, I., & Marta, Z. (2018). Strategi Komunikasi Kampanye Produk Sosial Value dan Practices tentang Asi Eksklusif terhadap Target Market Pekerja. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 18-32. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/viewFile/6/6>
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara. https://www.academia.edu/download/62137147/3_Metpen-Kualitatif20200218-117182--1a60wxc.pdf
- <https://cdn7.pdfshares.com/?book=15928657-instagram-handbook>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/39/26>
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye# PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram@ GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40-51. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/2387/1378>
- Rikhansa, N., & Gartanti, W. T. (2022, July). Kampanye Vaksinasi Covid-19. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 2, pp. 215-224). <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/download/2788/1913>

- Semarangkota.go.id, 23 September 2022, Aktivitas Masyarakat Kembali Normal, Produksi Sampah Di Kota Semarang Kembali Meningkat, https://semarangkota.go.id/p/3873/aktivitas_masyarakat_kembali_normal,_produksi_sampah_di_kota_semarang_kemba
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/khatulistiwa/issue/archive/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>
- Setyarini, W. A. (2020). Strategi Komunikasi “Semarang Wegah Nyampah” Dalam Membangun Awareness Masyarakat Untuk Mengurangi Sampah Plastik. *Jurnal Riptek*, 14(2), 122-127. <https://ripteck.semarangkota.go.id/index.php/ripteck/article/download/103/81>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar metodologi penelitian. literasi media publishing. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=.+Siyoto+%26+Sodik,+2015&ots=IdVupHZa5f&sig=FUPhAtwu1qGb4jETDTprUXZ_kg
- Srisadono, W. (2018). Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 213-227. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/700/386>
- Sukmadinata . Nana Syaodih, 2011, *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*, Bandung : Remaja Rosdakarya Sukmadinata . Nana Syaodih, 2011, <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22178>
- Taroeno, V. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye# BijakBerplastik terhadap Perubahan Sikap Penggunaan Plastik Sekali Pakai Masyarakat Generasi Z (Survei kepada Followers Instagram@ aqualestari) (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta). <http://e-journal.uajy.ac.id/28554/2/180906656%201.pdf>
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas instagram “Earth Hour Bogor” sebagai media kampanye lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144-157. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/download/25129/16330>

Yusuf. M. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.
PT Fajar PRENADAMEDIA GROUP: Jakarta.
<https://docplayer.info/195932781-.html>

