

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2016). Teknik Analisis Kualitatif. *Makalah Teknik Analisis II*, 1–7.
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Ardy, G. Des, & 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>
- Astrini, D. N. (2013). Manajemen Kampanye Public Relatios Dalam Menghadapi Isu (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Factory Visit di PT. Djarum Kudus). *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 51–68.
- Azhar, N., & Ardi, M. (2008). Uji validitas dan reliabilitas paket multimedia interaktif. *IlmuKomputer.Com*, 1–15.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Devi. (2020). Kerangka Pemikiran Penelitian. *Tambahpinter.Com*, 1–5.
- Dr. Drs. Thobby Wakarmamu, S. M. S. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara. *Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, 78.
- Duku, S. (2011). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 12(2), 185–197.
<https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/abdiilmu/article/view/4069/3738>
- Hussin, Z. (2014). Aplikasi Pendekatan Grounded Theory Dan Pengekodaan (Coding). *Social Sciences Postgraduate International Seminar (Sspis) 2014, July*, 1–15.
- Kahar, A. (2015). Deskripsi Teoritis, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian. *Potret Pemikiran*, 19(1), 1–17. <https://doi.org/10.30984/pp.v19i1.712>
- Ley 25.632. (2002). *Salinan PerPup Nomor 153 Tahun 2021*.
- Mulyadi, A., & Naryoso. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stunting. *Interaksi Online Studi Komunikasi*, 10(2), 152–169.
- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). *PANDUAN PELAKSANAAN PENDAMPING KELUARGA*. Direktorat Bina Penggerakan Lini Lapangan.

- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2018). Pengaruh Online Marketing Campaign #Samyangchallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2), 132. <https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.11460>
- Ramadhani Khija, Iudovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Rosady Ruslan, S.H., M. . (2005). No Title. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, 9.
- Sirait, N., Maryam, S., & Priyantini, 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>
- Sufa, SiskaSufa, S. A. (2018). “ C. C. K. K. ” (U. P. T. H. M. M. C. C. melalui W. S.) (Issue M. A. (2018). “ CERITA CINTA KANTOR KITA ” (Upaya PR Tanly Hospitality Management Mensosialisasikan Corporate Culture melalui Web Series) (Issue March).
- Tawakkal, I. (2023). Perancangan Kampanye Transportasi Publik Guna Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Bandung untuk Menggunakan Trans Metro Pasundan. *Universitas Telkom, SI Desain Komunikasi Visual*, 10(5), 6824–6834.
- Wahyu Baskoro. (2018). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Dr.R.A.Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta Timut: Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia.
- Gejir, I. N. (2017). *Media Komunikasi Dalam Penyuluhan Kesehatan*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- M. Askari Zakariah, V. A. (n.d.). *Metodologi penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, R and D*. Yayasan Pondok Pesantren AlMawaddah Warrahmah.
- Pramana, N. A. (2021). *Public Relation*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Sari, A. (2017). *Dasar dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Buti Utama.