

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C.M. (2023, July 5). *Inilah Negara Penghasil Sampah Terbesar Dunia, Ada Indonesia?* Databoks.Kadata.Co.Id.
- Avoskinbeauty. (2020). *Love Avoskin Love Earth*. Avoskinbeauty.
- Ben-Enukora, C., Okorie, N., Oresanya, T., & Ekanem, T. (2017). Awareness and Perception of Media Campaign on E-waste effects among Residents of Ado Odo-Ota, Nigeria. In *Covenant Journal of Communication (CJOC)* (Vol. 4, Issue 2).
- Bimantoro, A. A. (2023). *Pengaruh Kampanye Love Avoskin Love Earth Terhadap Sikap Followers Instagram @avoskinbeauty Dalam Pengelolaan Sampah Plastik*. Universitas Negeri Jakarta.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Kompas.Co.Id.
- Cutlip, Center, & Broom. (2007). *Effective Public Relations* (Edisi kesembilan). Kencana.
- Deasastika, E., & Nugrahani, R. U. (2021). *Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #TukarBaju*. 8(3).
- Defitri, M. (2022, September 20). *9 Gerakan Tolak Sampah Plastik di Dunia*. Waste4change.
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fildzaishma, M., Pradekso, T., & Ulfa, N. S. (2022). *Hubungan Persepsi Pesan Sustainable Beauty dan Daya Tarik Brand Ambassador Garnier Dalam Kampanye Garnier Green Beauty dengan Brand Image Garnier sebagai Brand Ramah Lingkungan*. 10(4).

- Gianty. (2017). The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Restaurant Industry. *Journal of Experimental Psychology*, 1, 23–42. [http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Jaya, W., Cangara, H., & Hasrullah. (2015). Keberhasilan dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat dalam Perebutan Kursi Legislatif DPR Kabupaten Baru Periode 2014-2019. *Jurnal Komunikasi*, 4(3).
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2023). *Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah*. Sipsn.Menlhk.Go.Id.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT. Kencana Perdana.
- Liliweri. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Theory of Human Communication* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Lubis, L. A. (2021). *Communication Campaigns in Addressing Household Waste in KB Village Regency of Deli*.
- Luthfiyah, A. (2022). *Strategi Komunikasi Komunitas Liburun Dalam Menarik Minat Masyarakat Untuk Berolahraga Lari*. Universitas Islam Indonesia.
- Mamarimbing, A. M. (2023). *Pengaruh Strategi Pesan Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth Pada Akun Instagram @avoskinbeauty Terhadap Peningkatan Kesadaran Menjaga Lingkungan*. Universitas Nasional.
- Martianov, A. (2016). *Strategi Komunikasi Riau Vaper Community Dalam Kampanye Anti Rokok Pada Usia Remaja di Kota Pekanbaru*. 3.
- Maullana, I. (2020). *Sampah Jadi Penyebab Banjir di Jakarta Selatan*. Kompas.Com.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*

- Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Miles, M. B., & Hubberman, A. M. (2005). *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. UI Press.
- Moelong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Putri, A. D., & Patrianti, T. (2023). Kampanye Public Relations #BeautyEverAfter dalam Pengelolaan Limbah Kosmetik: Kecantikan Vs Keberlanjutan. *Prologia*, 7(2), 487–495. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.26069>
- Rice, R., & Atkin, C. (2009). *Public Communication Campaigns Theoretical Principles and Practical Applications*. <https://escholarship.org/uc/item/1zt7r5s3>
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns (Fourth Edition)*. Sage.
- Rogers, E., & Storey, D. (1987). *Communication Campaigns*. Sage.
- Rosmilawati, S., & Lisnawati, L. (2019). Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Provinsi Kalimantan Tengah dalam Menyosialisasikan Penanggulangan HIV dan AIDS di Kalimantan Tengah. *Anterior Jurnal*, 19, 130–136. <https://doi.org/10.33084/anterior.v19i1.1154>
- Rozalinna, G. M. (2022). Konsumsi Produk Sustainable Beauty di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis Ataupun FOMO. *Brawijaya Journal of Social Science*, 1(2).
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunika*s. PT. Rajagrafindo Persada.

- Rustaviani, E. (2022, September 3). *Kolaborasi Avoskin dengan Waste4Change, Perwujudan Nyata Pengurangan Limbah Pabrik dan Pelestarian Lingkungan*. Blog.Avoskinbeauty.
- Silk, K. J. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage.
- Snyder, L. B. (2002). *Development Communication Campaigns*. Sage.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilo, D., Del Rosario, J. M. S., Navarro, M. E. T., Smith, J. C. M., & Primadini, I. (2022). Green Campaign of Food Waste Handling: Communicating the Food Sustainability. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1097(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1097/1/012009>
- Vannia, D., Sadat, A. M., & Sari, D. A. (2022). Pengaruh Green Marketing, Environmental Concern, Attitude Toward Behavior Terhadap Purchase Intention Skincare Lokal di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis*, 3(3).
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye (Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Sosial)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Rineka Cipta.
- Yuliana, D. (2011). *Analisis Program Kampanye Terpadu Sebagai Strategi Public Relations Untuk Mengampanyekan Penyakit Langka*. Universitas Tarumanegara.