

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press. <https://doi.org/10.31219/osf.io/juwxn>
- Amador, J. A. L., Payares, A. M. C., & Espinoza, Á. A. E. (2025). Brand Activism: Research Trends and Cluster Analysis. *European Research on Management and Business Economics*, 31(2), 68–77.
- Arfani, M. (2018). Objektifitas Imajinatif Dalam Pertunjukan Teater. *Jurnal Sitakara*, 3(1), 1–4.
- Cahyaningrum, D. (2018). Kritik Sosial dalam Naskah Teater Gandrik Yogyakarta Terhadap Orde Baru Tahun 1983-1998. *Avatara: e-Journal Pendidikan Sejarah*, 6(3), 410–415. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/25110/23001>
- Cammarota, A., Avallone, F., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Can Authenticity Be Built? Looking for Factors That Influence Authentic Brand Activism. *Sinergie: Italian Journal of Management*, 42(1).
- Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Brand Activism: A Literature Review and Future Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 47(5), 1669–1691.
- Chatterji, A. K., & Toffel, M. W. (2019). Assessing the Impact of CEO Activism. *Organization & Environment*, 32(2), 159–185.
- Darme, M., Kurniawati, K., & Marta, N. A. (2024). Museum Balaputra Dewa sebagai Sarana Pembelajaran Interaktif bagi Guru Sejarah di Kota Palembang. *Fajar Historia: Jurnal Ilmu Sejarah dan Pendidikan*, 8(1), 78–92.
- DeMarrais, E., & Robb, J. (2013). Art Makes Society: An Introductory Visual Essay. *World Art*, 3(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/21500894.2013.782334>
- Desnayanti, R., & Kailani, A. (2019). Fungsi Seni Teater Sebagai Media Kritik Sosial dalam Cerita Rakyat Putri Mandalika. *Tamumatra: Jurnal Seni Pertunjukan*, 2(1), 11–19.

- Edelman. (2024). *Edelman Trust Barometer Special Report: Brands and Politics*. <https://www.edelman.com/trust/2024/trust-barometer/special-report-brand>
- Eilert, M., & Nappier Cherup, A. (2020). The Activist Company: Examining a Company's Pursuit of Societal Change Through Corporate Activism Using an Institutional Theoretical Lens. *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 461–476.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Hambrick, D. C., & Wowak, A. J. (2021). CEO Sociopolitical Activism: A Stakeholder Alignment Model. *Academy of Management Review*, 46(1), 33–59.
- Hoppner, J. J., & Vadakkepatt, G. G. (2019). Examining Moral Authority in the Marketplace: A Conceptualization and Framework. *Journal of Business Research*, 95, 417–427. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.045>
- Husnullail, M., & Jailani, M. S. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70–78.
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam.” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880.
- Klostermann, J., Hydock, C., & Decker, R. (2022). The Effect of Corporate Political Advocacy on Brand Perception: An Event Study Analysis. *Journal of Product & Brand Management*, 31(5), 780–797.
- Koalisi Seni. (2025). *Database Kebebasan Berkesenian* [Dataset]. [https://kebebasanberkesenian.uwazi.io/en/library/?q=\(includeUnpublished:!t,order:desc,sort:creationDate,treatAs:number,unpublished:!f\)](https://kebebasanberkesenian.uwazi.io/en/library/?q=(includeUnpublished:!t,order:desc,sort:creationDate,treatAs:number,unpublished:!f))
- Koch, C. H. (2020). Brands as Activists: The Oatly Case. *Journal of Brand Management*, 27(5), 593–606.
- Komadri, M. (2023). Kiprah Teater Payung Hitam dan Konsepsi Ketubuhannya. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 215–224.
- Korschun, D., Rafieian, H., Aggarwal, A., & Swain, S. D. (2019). Taking a Stand: Consumer Responses When Companies Get (Or Don't Get) Political. Available at SSRN 2806476.

- Lee, Z., Spry, A., Ekinci, Y., & Vredenburg, J. (2024). From Warmth to Warrior: Impacts of Non-profit Brand Activism on Brand Bravery, Brand Hypocrisy and Brand Equity. *Journal of Brand Management*, 31, 193–211.
- Mayasari, R. K. (2023). *Aktivisme Jenama Kosmetik: Studi Deskriptif pada Domain dan Elemen Komunikasi Aktivisme The Body Shop Indonesia 2004-2022* [Bachelor's Thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3th ed.). SAGE Publications.
- Moharam, O. M., Elsamadicy, A. M., & Negm, E. M. (2020). Cause-related Marketing: A Conceptual and Theoretical Review. *Journal of Business and Management*, 22(10), 17–26.
- Moorman, C. (2020). Commentary: Brand Activism in a Political World. *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 388–392.
- Mulyani, E. S., & Trilaksana, A. (2014). Drama WS Rendra sebagai Kritik Sosial Tahun 1973-1977. *Avatara: e-Journal Pendidikan Sejarah*, 2(3), 183–196.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Harfa Creative.
- Nugraha, P. A. P. (2021). *Teater dalam Pusaran Perjuangan Kewargaan (Studi “Kewargaan Performatif” Seniman Teater Payung Hitam Bandung dalam Menghadirkan Protes Terhadap Pendisiplinan Aktivisme Warga di Akhir Orde Baru)* [Bachelor's Thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Pamungkas, M. W., Hidayat, M. N., & Wahyuningsih, E. (2023). Perlawanan Kultural Dan Politik Dalam Pertunjukan Teater: Studi Tentang Peran Teater Sebagai Kontrol Sosial. *Journal of Public Power*, 7(2), 1–10.
- Pedeliento, G., Andreini, D., & Veloutsou, C. (2020). Brand Community Integration, Participation and Commitment: A Comparison Between Consumer-run and Company-managed Communities. *Journal of Business Research*, 119, 481–494.
- Rahman, Z., & Winarno, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbasis Blended Learning*. Wineka Media.
- Rochmawati, A., & Alamiyah, S. S. (2024). Aktivisme Media Sosial di Instagram: Studi Literatur. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2572–2580.

- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi? *Develop*, 6(1), 33–46.
- Saleh, R. (2025). *Rekam Jejak dari Kata Menuju Tanpa Kata: Pemahaman Tubuh dan Visi Teater Tubuh ke Depan*.
- Samsu, S. (2021). *Metode Penelitian: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. Pusaka Jambi.
- Sarkar, C., & Kotler, P. (2018). *Brand Activism. From Purpose to Action*. Idea Bite Press.
- Setiawan, A. (2024). *Seni di Negeri yang Susah Melucu*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2024/01/05/seni-di-negeri-yang-susah-melucu>
- Shahreza, M. (2024). Filsafat Komunikasi dan Paradigma Penelitian. *Available at SSRN*.
- Sibai, O., Mimoun, L., & Boukis, A. (2021). Authenticating Brand Activism: Negotiating the Boundaries of Free Speech to Make a Change. *Psychology & Marketing*, 38(10), 1651–1669.
- Sirani, C. A. (2022). *Woke is Fashionable! : Pendekatan Industri Fashion pada Diskursus Aktivisme dalam Strategi Komersialnya (Studi Kasus: Brand Fashion Lokal Saint York)* [Bachelor's Thesis]. Universitas Indonesia.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Tempo.co. (2025). *Kronologi Penggembokan Pentas Kelompok Teater Payung Hitam Berjudul Wawancara dengan Mulyono*. <https://www.tempo.co/teroka/kronologi-penggembokan-pentas-kelompok-teater-payung-hitam-berjudul-wawancara-dengan-mulyono-1208617>
- Vredenburg, J., Kapitan, S., Spry, A., & Kemper, J. A. (2020). Brands Taking a Stand: Authentic Brand Activism or Woke Washing? *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(4), 444–460.

- Weinzimmer, L. G., & Esken, C. A. (2016). Risky Business: Taking a Stand on Social Issues. *Business Horizons*, 59(3), 331–337. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.007>
- Wicaksono, H. H. (2024). Kritik Sosial Melalui Kesenian: Analisis Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam Konteks Kontemporer. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(1), 21–30.
- Wiratraman, H. P., & Prakasa, S. U. W. (2024). Dua Dekade Kebebasan Akademik di Indonesia: Tantangan di Tengah Menguatnya Otoritarianisme dalam Model Barunya. *Jurnal HAM*, 15(2), 143–158. <http://dx.doi.org/10.30641/ham.2024.15.143-158>
- Yunus, P. P. (2020). Komunikasi Ekspresif Estetik Karya Seni. *JCommsci-Journal of Media and Communication Science*, 3(2).
- Yusril, Y. (2023). Praktik Teater Postdramatik di Indonesia. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 13(2).