

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Babbie, E. (2014). *The Practice of Social Research*. (14th Edition). Cengage Learning.
- Bobbitt, R., & Ruth, S. (2014). *Developing The Public Relations Campaign* (Third Edition). Pearson.
- Creswell, J. W. (2018). *Research and Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2019). *Applying Communication Theory for Professional Life* (Fourth Edition). Sage Publication.
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns* (Third Edition). Kogan Page.
- Griffin, E. (2012). *A First Look At Communication Theory* (Eighth Edition). McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Approach*. (6th Edition). Pearson.
- Matusitz, J. (2022). *Fundamentals of Public Communication Campaigns* (First Edition). John Willey & Sons.
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (Third Edition). Pearson.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns* (Third Edition). Sage Publications.
- Sekaran, U., & Bougie Roger. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (7th Edition). John Wiley & Sons.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye (Edisi Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3). <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i3.611>
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *KOMUNIKA*, 9(2), 96–104. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Anggono, A., Tarjo, & Riskiyadi, Moh. (2021). Cybercrime dan Cybersecurity pada Fintech: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 13(3), 239–251. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.33528>
- Dewi, W. W. A., & Syauki, W. R. (2022). Pesan Kampanye Non-Government Organization terhadap Permasalahan Sampah Plastik. *JURKOM*, 5(2), 159–171. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.428>
- Ismail, H. A., & Purwani, T. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Indicators*, 3(2). <https://doi.org/10.47729/indicators.v3i2>
- Maharani, D., Hendrayani, Y., & Mahdalena, V. (2020). Pengaruh Isi Pesan Stop Body Shaming Pada Sikap Followers Terhadap Body Shaming. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 112–122. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i1.1000>
- Mubin, M. A. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas Earth Hour Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda Di Kota Surabaya. *Jurnal Commercium*, 4(1), 155–164. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/40612>
- Puspita, A. D., Karo, S. B., Kurniawati, L. S. M. W., & Fernando, J. (2022). Determinasi Pesan Kampanye #MYBABYTREE di Akun Instagram @wwf_id terhadap Partisipasi Followers dalam Melakukan Pelestarian Hutan. *Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 69–79. <https://jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/173>
- Putri, G. L. B., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek. *E-Komunikasi*, 8(2), 1–11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11119>
- Putri, Z. S. A., & Christin, M. (2022). Pengaruh Kampanye Ingat Pesan Ibu terhadap Sikap Patuh Protokol pada Masyarakat Kabupaten Karawang. *Jurnal Medium*, 10(2), 27–41. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).10092](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).10092)

- Richiyanti, S. (2020). Pengaruh Dan Penanganan Cybercrime Dalamperkembanganteknologi Informasi. *Jurnal Kodifikasi*, 2(2).
- Siahaan, A. P. U. (2018). Pelanggaran Cybercrime Dan Kekuatan Yurisdiksi Di Indonesia. *Jurnal Teknik Dan Informatika*, 5(1), 6–9.
- Simamora, D. L., & Lubis, E. E. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #Genzhetikyuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @Dutalingkunganpku. *JOM FISIP*, 6(2), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/25937/0>
- Sitindaon, M. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Anti Merokok Terhadap Sikap Masyarakat. *Journal of Creative Communication*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.333376/is.v3i1.668>
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *Lugas*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Utami, G. D., Tahar, S., Marta, R. F., Angreani, N., & Rizki, B. (2022). Telaah Pesan Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @Waste4Change Mengenai Program Send Your Waste yang Berdampak Terhadap Sikap Followers Mengelola Sampah Skincare. *Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 80–97. <https://jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/172>
- Wahdini, A., & Nurhajati, L. (2019). Implementasi Model Kampanye Komunitas Traditional Games Returns dalam Mencegah Adiksi Gawai pada Anak. *Communications*, 1(2), 24–52. <https://doi.org/10.21009/Communications.1.2.2>
- Wahyu, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Program Germas (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) Puskesmas Harapan Raya Terhadap Gaya Hidup Sehat Masyarakat Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 8(1), 1–11. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/29736>
- Wicaksono, P. P. (2022). Kampanye Melalui Youtube Sebagai Solusi Untuk Melestarikan Kesenian Lengger Lanang. *Acta Diurna*, 18(1), 25–47. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2022.18.1.4111>
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model To Measure Customer's Interest To Use Mobile Banking. *Jurnal Jiemar*, 2(1), 73–82. <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Widayanti, P. W. (2022). Tindak Pidana Pencurian Data Nasabah Dalam Bidang Perbankan Sebagai Cyber Crime. *Jurnal Legacy*, 2(2), 1–21.
- Widiastuti, T. (2017). Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Pembentukan Personal Branding Ridwan Kamil Di Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 588–603. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.107>

Website

Annur, C. M. (2022, September 6). Kebocoran Data Sering Terjadi di 10 Sektor Industri Ini. *Databoks.Katadata.Co.Id.*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/kebocoran-data-sering-terjadi-di-10-sektor-industri-ini>

Dihni, V. A. (2021, October 7). Kerugian Akibat Kejahatan Siber Capai Rp 3,88 Triliun, Apa Saja Bentuknya? *Databoks.Katadata.Co.Id.*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/kerugian-akibat-kejahatan-siber-capai-rp-388-triliun-apa-saja-bentuknya>

Dihni, V. A. (2022, August 6). Serangan Phishing Paling Banyak Mengincar Lembaga Keuangan. *Databoks.Katadata.Co.Id.*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/serangan-phishing-paling-banyak-mengincar-lembaga-keuangan>

Perwitasari, A. S. (2022, August 11). BI Catat Transaksi Mobile Banking Tembus Rp 3.888,09 Triliun hingga Mei 2022. *Kontan.* <https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-catat-transaksi-mobile-banking-tembus-rp-388809-triliun-hingga-mei-2022>

Rizaty, M. A. (2022, August 10). Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022. *DataIndonesia.Id.* <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>

