

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal

- Amalia, A. & Anggraeni, N. S. (2022). "Pencegahan Depresi Di Kalangan Dewasa Muda Akibat Pandemi Covid19 Melalui Kampanye Sosial Pada Instagram". *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 6 (2): 75-83.
- Amanova, F. Y., & Andryani, K. (2023). "Advocacy of Violence Against Women Through the Implementation of Cyber Public Relations at the Rifka Annisa Women's Crisis Center". *Commicast*, Vol. 4 (1): 91-98.
- Andryani, K., et. al. (2022). "Online Media to Address Violence against Women during COVID-19 Pandemic". *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 7 (1): 84-97.
- Anisah, N., et. al. (2021). "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa". *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, Vol. 4 (2): 94-107.
- Ardah, F. K. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Tahta Media Group: Sukoharjo.
- Ardy, D. G., & Natalia, E. C. (2022). "Pengaruh Kampanye PR Gojek #PesanDariRumah terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menaati Protokol Gojek J3K". *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 20 (2): 192-206.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). "Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu dalam Meraih Engagement Audiens". *Barik: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Vol. 4 (3): 141-151.
- Belanche, D., et. al. (2021). "Building Influencers' Credibility on Instagram: Effects on followers' attitudes and Behavioral Responses Toward The Influencer". *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 61 (102585): 1-11.
- Cahya, M. B. (2016). "Motif-Motif yang Mempengaruhi Participatory Culture Internet Meme: Studi Pada Khalayak Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa". *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol. 5 (1): 29-36.
- Cohen, J., & Uphoff, N. (1980). "Participation's Place in Ryal Development: Seeking Clarity Through Specificity". *World Development*, Vol. 8 (2): 213-235.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc: Amerika Serikat.
- Delanda, H. S. & Fahrunnisa. (2021). "Peran Media Komunitas Solidaritas Perempuan Sumbawa Dalam Perlindungan Dan Pemberdayaan Perempuan di Kabupaten Sumbawa". *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, Vol. 3 (1): 103-111.
- Dillon, P. M., & Leonard, D. C. (1998). *Multimedia and the Web from A to Z, 2nd ed.* Oryx Press: Phoenix.
- Ema, & Nayiroh, L. (2024). "Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial Di Indonesia". *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, Vol. 9 (1): 221-238.
- Fadli, M. R. (2021). "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif". *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Vol. 21 (1), 33-53.
- Fahlevi, R., & Idris, L. O. M. (2022). "Kampanye Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2019: Efektivitas Penggunaan Buzzer di Media Sosial". *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, Vol. 4 (1): 1-26.
- Geofani, D. (2019). "Pengaruh Cyberbullying Body Shaming Pada Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Wanita Karir di Pekanbaru". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JOM FISIP)*, Vol. 6 (2): 1-15.

- Haryoko, S., et. al. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM: Makassar.
- Herna, et. al. (2019). “Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.com”. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17 (2): 146-156.
- Hunt, D., et. al. (2012). “The Influence of Computer-Mediated Communication Apprehension on Motives for Facebook Use”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 56 (2): 187-202.
- Ismahani, F.L., et. al. (2023). “Strategi Aktivisme Digital #MeToo Movement di Amerika Serikat”. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 6 (1): 69-84.
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). “Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan”. *JRPR: Jurnal Riset Public Relations*, Vol. 1 (2): 120-129.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). “One of the Use of the Mass Media for Important Things”. *American Sociological Review*, Vol. 38 (2): 164-181.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana, Prenada Media Group: Jakarta.
- Lestari, S. N. D., et. al. (2020). “Partisipasi Mahasiswa Kota Bandung dalam Kampanye Stay At Home Media Sosial Instagram”. *JIPSI: Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. 10 (2): 50-63.
- Levy, M. (1987). “VCR Use and the Concept of Audience Activity”. *Communication Quarterly*, Vol. 35 (3): 267-275.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Theories of Human Communication, 9th ed.* Salemba Humanika: Jakarta.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. UB Press: Malang.
- Mufitama, A. (2023). “Perilaku Komunikasi Pada Masyarakat Cyberspace (Netnografi Meme Rage Comic di Situs 1cak.com)”. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, Vol. 5 (2): 288–303.
- Nahas, M. P. R., & Junaidi, A. (2024). “Partisipasi Publik pada Postingan Instagram @narasinewsroom terkait UU Ciptaker”. *Koneksi*, Vol. 8 (1): 254-264.
- Nasution, D. A., et. al. (2022). “Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area”. *JIPIKOM: Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 (1): 24-33.
- Oktaviani, R., et. al. (2023). “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri”. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, Vol. 1 (1): 67-79.
- Parse, E. M., & Dunn, D. G. (1998). “The Utility of Home Computers: Implications of Multimedia and Connectivity”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 42 (4): 435-456.
- Prihanum, A., & Fadhillah, D. (2024). “Analisis Sentimen Tanggapan Publik di Media Sosial Instagram Terhadap Program CSR ‘ESG Existance (EXIST)’ PT Telkom”. *Jurnal Audiens*, Vol. 5 (4): 565-580.
- Puspita, A. D., et. al. (2022). “Determinasi Pesan Kampanye #MYBABYTREE di Akun Instagram @wwf_id terhadap Partisipasi Followers dalam Melakukan Pelestarian Hutan”. *JCommsci: Journal Of Media and Communication Science*, Vol. 5 (2): 69-79.
- Putricia, N. D., et. al. (2024). “Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Gen Z (Zoomers)”. *Retorika: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik*, Vol. 1 (2): 74-82.

- Raji, H., & P, U. M. (2019). "Going Digital: A Content Analysis of Social Media Platforms for Caste Based Protest, Activism, and Elevation in India". *Asian Journal of Multidimensional Research*, Vol. 8 (1): 74-85.
- Ratnasari, E., et. al. (2021). "Social Media, Digital Activism, and Online Gender-Based Violence in Indonesia". *Nyimak: Journal of Communication*, Vol. 5 (1): 97-116.
- Sekarwulan, A. (2020). "Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ dalam Menentukan Capres dan Cawapres 2019". *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 (2): 50-57.
- Severin, W. J., & Tankard Jr, J. W. (2014). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa (Edisi Kelima)*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing: Yogyakarta.
- Suryani, I. (2018). "Peran Sosial Media Sebagai Media Kampanye Sosial (Studi Kasus Pada Kampanye Sosial Start Up Opini.id dengan Tema "Arti Sebungkus Nasi")". *Journal Visioner: Journal of Television*, Vol. 1 (1): 45-63.
- Syafaat, M., Wahyudin, D. (2020). "Analisis Implementasi Digital Public Relations Pada Konten Instagram @alaminuniversal". *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 3 (1): 1-12.
- Tambaip, B, et. al. (2023). "Partisipasi Masyarakat dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan". *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, Vol. 12 (1): 121-129.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Visimedia: Jakarta.
- Tichenor, P.J., et al. (1970). "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 34 (2): 159-170.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Simon and Schuster: New York.
- Utami, D. N., et. al. (2020). "Optimalisasi Fungsi Public Relations dalam Mendorong Partisipasi Publik". *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, Vol. 3 (2): 183-197.
- Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M. (1988). *Research Methods and the New Media*. The Free Press: New York.
- Yovelin, V., & Paramita, S. (2023). "Digital Personal Branding dalam Membentuk Kredibilitas Content Creator". *Koneksi*, Vol. 7 (1): 231-239.
- Yusanda, A., et. al. (2021). "Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)". *SCRIPTURA: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vol. 11 (1): 41-52.
- Zulaika, S., et. al. (2023). "Kajian Politik Hukum Tentang Partisipasi Masyarakat dalam Proses Legislasi: Studi Kasus Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual". *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 1 (12): 90-100.

Internet

- CNN Indonesia (April 19, 2024). "5 Contoh Kekerasan Struktural dan Penjelasannya". Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20240403152713-569-1082396/5-contoh-kekerasan-struktural-dan-penjelasannya>, pada 23 Oktober 2024.
- Dian, R. (Desember 08, 2023). "Sejarah dan Tema Peringatan 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan (HAKtP) 2023". Diakses melalui https://narasi.tv/read/narasi-daily/sejarah-dan-tema-peringatan-16-hari-anti-kekerasan-terhadap-perempuan-haktp-2023#google_vignette, pada 19 November 2024.
- Habibah, A. F. (2024). "Komnas: Terjadi 401.975 Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan Pada 2023", *ANTARA*. Diakses melalui <https://www.antaraneews.com/berita/3999846/komnas-terjadi-401975-kasus-kekerasan-terhadap-perempuan-pada-2023>, pada 22 Desember 2024.

- Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Maret 07, 2024). “*Catatan Tahunan Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan Tahun 2023*”. Diakses melalui <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/siaranpers-komnas-perempuan-tentang-peluncuran-catatan-tahunan-kasus-kekerasan-terhadap-perempuan-tahun2023>, pada 23 April 2024.
- Linktree (n.d). “*Cara membuat akun Linktree*”. Diakses melalui <https://linktr.ee/help/id/articles/5434134-cara-membuat-akun-linktree>, pada 23 Oktober 2024.
- Nurhaliza, S. (Desember 05, 2022). “*Komnas Perempuan: Kekerasan Seksual diawali dari cara berpikir*”, ANTARA. Diakses melalui <https://www.antaraneews.com/berita/3285723/komnas-perempuan-kekerasan-seksualdiawali-dari-cara-berpikir>, pada 23 April 2024.
- Openinfluence. (Februari 14, 2023). “*Why Should Brand Marketers Lean Into the POV Trend?*”. Diakses melalui <https://openinfluence.com/behind-the-trend-pov-edition/#:~:text=POV%20content%20makes%20the%20viewer,experiences%20to%20hyper%2Dniche%20experiences.,> pada 27 Desember 2024.
- Rahmat, N. A. (Oktober 14, 2024). “*Meningkatkan Engagement Media Sosial melalui Konten Interaktif*”, Daya.id. Diakses melalui <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/meningkatkan-engagement-media-sosial-melalui-konten-interaktif?page=4>, pada 24 Desember 2024.
- Rifka Annisa. (2024a). “*Sejarah Rifka Annisa*”. Diakses melalui <https://rifka-annisa.org/id/2013-10-04-07-06-57/sejarah>, pada 04 Juli 2024.
- Rifka Annisa (2024b). “*Profil Lembaga Rifka Annisa Women’s Crisis Center*”. Diakses melalui <https://tr.ee/nRdwfCDAdO>, pada 08 Juli 2024.
- Rifka Annisa. (2024c). “*Instagram Rifka Annisa: Sorotan Data Kasus*”. Diakses melalui <https://www.instagram.com/stories/highlights/18040061107272244/>, pada 19 November 2024.
- Sari, S. G. P. (November 25, 2021). “*Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan: Warna Ungu Jadi Simbol Perjuangan, Ini Maknanya*”, Beautynesia. Diakses melalui <https://www.beautynesia.id/life/hari-anti-kekerasan-terhadap-perempuan-warna-ungu-jadi-simbol-perjuangan-ini-maknanya/b-242447>, pada 20 November 2024.
- Savy Amira Women’s Crisis Center. (2024). “*Kekerasan Terhadap Perempuan (KTP)*”. Diakses melalui <https://www.savyamirawcc.com/kekerasan-terhadap-perempuan-ktp/>, pada 04 Juli 2024.
- Subitmele, S. E. (Januari 24, 2024). “*Gen Z Humor Kini Jadi Tren Media Sosial, Simak Juga Bahasa Slang yang Viral*”, Liputan 6.com. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/hot/read/5512914/gen-z-humor-kini-jadi-tren-media-sosial-simak-juga-bahasa-slang-yang-viral>, pada 27 Desember 2024.
- We Are Social (Januari 31, 2024). “*Digital 2024: 5 Billion Social Media Users*”. Diakses melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>, pada 23 April 2024.
- World Health Organization (Maret 25, 2024). “*Violence Against Women*”. Diakses melalui <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>, pada 23 April 2024.