DAFTAR PUSTAKA

A. T. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Amborse, G., & Harris, P. (2005). Basics Design: Layout.

Arifin, & Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi.* Bandung: Armico.

Braha, Y., & Byrne, B. (2013). Creative Motion Graphic Titling: Titling with Motion Graphics for Film, Video & The Web.

Burtenshaw, K., Mahon, N., & Barfoot, C. (2011). *The fundamentals of creative advertising*. A&C Black.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Jurnal Ilmiah.

D. P., Donatela, Diani, & Mario. (2006). *Social Movements: An Introduction (2nd ed.).* Australia: Blackwell Publishing.

Djam'an, Satori, & Komariah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *Barik*, *2*(2), 121-134.

Hasibuan, Malayu S.P. (2000). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.

Hermita, R., Yuniar, Y., & Fibrianto, A. (2018). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis. Hermita, R., Yuniar, Y., & Fibrianto, A. (2018). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis.

Hernández, E. (2017). *Leading creative teams: Management career paths for designers, developers, and copywriters* (p. 4). Berkeley, CA: Apress.

Holtzschue, L. (2012). *Understanding color: an introduction for designers*. John Wiley & Sons.

Indonesia, A. H. (2019, Agustus 21). *Hutanku Napasku*. Retrieved Mei 27, 2022, from Hutanitu.id: https://hutanitu.id/hutankunapasku/

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kodarningsih, N. N. (2019). *GERAKAN SOSIAL PELESTARIAN HUTAN DI INDONEISA : Studi Kasus Gerakan Hutan Itu Indonesia (HII).* Jakarta: UIN..

M. A., Snow, & D. A. (1997). *Social Movements: Reading On Their Emergence, Mobilization, and Dynamic.* California: Roxbury Publishing Company.

Moelong, & J. ,. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, *3*(2), 1-10.

Negel, P. F. (2011). Pelestarian Hutan Dalam Hubungannya Dengan Lingkungan Dan Potensi Ekonomi. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil)*, Vol.4.

Oktafiana, S. F., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Pada Media Sosial. *BARIK*, *2*(2), 258-270.

Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, *4*(2).

Pfau, M., & Parrot, R. (1993). *Persuasive Communication Campaign Massachussets*. Allyn dan Bacon.

Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *6*(1), 83-94.

Putri, S. M., & Nalendra, M. A. S. (2023). PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENANGGULANGAN BAHAYA INSECURE UNTUK PENDERITA PADA UMUR 18-25 TAHUN. *JURNAL RUPA MATRA*, *1*(2), 58-74.

Rizki, A., & Purbawaningsih, R. (2014). Kunci Keberhasilan Kampanye: Sumber, Pesan, Media, dan Penerima Pesan. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi.

ROGERS, E. M., & Storey J. D. 1987. *Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), Handbook of Communication Science,* New Burry Park; Sage

Ruslan, R. (2008). Public Relations: Teori dan Praktik.

Ruslan, R. (2019). Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations.

Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.

Salim, A. K., & Hartanto, D. D. (2022). ANALISIS PENTING CREATIVE BRIEF PADA INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*, 6.

Siagian, S. P. (1985). Manajemen strategi. Jakarta: Rineka Cipta.

Siswanto, H. (2002). Strategi dan Manajemen Organisasi. Jakarta.

ST., M.Sc, M. G. (2021, November 3). *Mitigasi dan Adaptasi Indonesia dalam Pencegahan Perubahan Iklim*. Retrieved Mei 27, 2022, from IndonesiaRe: https://indonesiare.co.id/id/article/mitigasi-dan-adaptasi-indonesia-dalam-pencegahan-perubahan-iklim

Supratman, L. P. (2017). *Literasi Media.* D.I Yogyakarta: Pendidikan Deepublish.

Surianto, R. (2009). Layout dasar dan penerapannya. *Jakarta: Gramedia*.

Tamburaka, A. (2011). Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. Jakarta: Rajawali Pers.

Venus, A. 2009. Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalamMengefektifkan Kampanye Komunikasi. Simbiosa Rekatama Media

Widhiaksono, H. (2009). Upaya Mempertahankan Kelestarian Hutan Dengan Memanfaatkan Kearifan Lokal Pada Masyarakat Desa Hutan. *Surakarta: Skripsi Universitas Sebelas Maret*.

Winardi, J. (2003). Strategi sebagai Rencana Tindakan dalam Organisasi. Dalam Tinjauan Pustaka. Universitas Lampung.

Witarsa, G.R. (2019). Perancangan Media Visual Kampanye Sosial Mulai Hidup Tanpa Sampah Plastik Sekali Pakai. Bandung: Universitas Pasundan.

Website/Internet :

1. Postingan Pada Tanggal 08 Februari 2024 https://www.instagram.com/p/C3Ev1kKPAyU/?igsh=MTY5Mnp5Z3UzaTk4ZQ==
2. Postingan Pada Tanggal 05 Juni 2024 https://www.instagram.com/p/C71cYXHvQiz/?igsh=MXF0dmM0MGUzdzRmOA==
3. Postingan Pada Tanggal 14 Juni 2024 https://www.instagram.com/p/C8L_N_Xy7iO/?igsh=dHh1am9sYjAxMGsw
4. Postingan Pada Tanggal 23 Juli 2024 https://www.instagram.com/p/C9w_uQZv97h/?igsh=MTFtenN0YTZ6ZXJwcQ==
5. Postingan Pada Tanggal 07 Agustus 2024 https://www.instagram.com/p/CWX5eGTibr/?igsh=MWNmbTIxd3UzcTdvMQ==