

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU DAN JURNAL

- A. Y. Lubis. (2014). *Filsafat Ilmu: Klasik hingga Kontemporer*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Simbiosis Rekatama.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Cutlip, Scott. M, A. H. C., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations* (Edisi 9). Kencana Prenada Media Group.
- Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193. <https://doi.org/10.37535/103001220206>
- Effendy, U. O. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*. Erlangga.
- Gasing, S. dan S. (2016). *Public Relations*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heath, R. L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations Second Edition*. SAGE Publications.
- Hutagalung, I. (2015). *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*. PT Indeks.
- Kotler, P., & K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kusumah, W. (2011). *Penelitian Tindakan Kelas*. PT Indeks.
- Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group.
- Makikama, S. (2021). *Pengaruh efektivitas kampanye “pesanlah dari McDonald’s” terhadap citra merek Burger King = Effectiveness campaign*

- of “pesanlah dari McDonald’s” toward to Burger King’s brand image.  
<http://repository.uph.edu/39840/>
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Nova, F. (2017). *CRISIS PUBLIC RELATIONS: Strategi PR menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Rajawali Pers.
- Octaviana, V. (2021). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @RaikuBeauty Tentang Campaign Dare To Be Bare Terhadap Brand Image Raiku*. 11–34.
- Ramadhani, A. (2020). *Pengaruh Konten Kampanye Sunpride “Think Before You Pick” terhadap Citra Merek*.
- Ratna, N. K. (2011). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Pustaka Pelajar.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations (Ed.Revisi-)*. Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (2017). *Metode penelitian: public relations dan komunikasi (Ed. 1. Cet)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2020). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26.  
<https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.

Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., Yohanes, D., & Kunto, S. (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya*. 1(1), 1–12.

**WEBSITE**

<https://www.instagram.com/mcdonaldsID/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/05/alasan-kenapa-orang-indonesia-memilih-fast-food>