

DAFTAR PUSTAKA

- Andriarsi, M. K. (2021). *Garnier Green Beauty Ajak Masyarakat Mengolah Sampah Plastik*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://katadata.co.id/ariemega/brand/5fb21bbae2c82/garnier-green-beauty-ajak-masyarakat-mengolah-sampah-plastik>
- Anggraini, D. (2019). *Solusi Sampah Kosmetik: Zero Waste Limbah dan Daur Ulang*. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2021, dari <https://waste4change.com/blog/sampah-kosmetik/>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bangun, E. P., Koagouw F. V. I. A. & Kalangi, J. S. (2019). *Analisis Isi Unsur Kelengkapan Berita pada Media Online Manadopostonline.com*. Manado. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/25560/25212>
- Bengtsson, M. (2016). *How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis*. Sweden: Elsevier Ltd.
- Bergström, G., Boréus, K. (2017). *Analyzing Text and Discourse: Eight Approaches for the Social Sciences*. Britania Raya: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th Edition). Boston: Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th Edition). California: SAGE Publications.
- Cruz, M. U. M., & Prabawani, B. (2017). *Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(1). Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17215>
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Indonesia: Kencana.
- Esiyok, E. (2020). *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising*. United States: IGI Global.
- Flynn, S. V. (2021). *Research Design for the Behavioral Sciences: An Applied Approach*. United States: Springer Publishing Company.
- Garnier Indonesia. (2020). *Laporan Kemajuan Keberlanjutan 2020*. Diakses dari <https://www.garnier.co.id/greenbeauty/faq>

- Garnier Indonesia. *Garnier Berkomitmen Menuju Green Beauty*. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2021, dari <https://www.garnier.co.id/greenbeauty/komitmen-kami>
- Handayani, E., Asih, A. M. S., & Kusumawanto, A. (2015). *Strategi Sustainable Development dengan Ecology Industrial Parks (EIPs) pada Industri Kecil dan Menengah (IKM)*. Yogyakarta. Diakses dari http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artike_l_212687291754.pdf
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). *Three Approaches to Qualitative Content Analysis: Qualitative Health Research*, 15(9). Diakses dari <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Jouron.republika.co.id (2022). *Peringkat 20 Besar Situs Berita (Media Online) di Indonesia Versi Semrush*. Diakses pada tanggal 12 Februari 2022, dari <https://jouron.republika.co.id/posts/33830/peringkat-20-besar-situs-berita-media-online-di-indonesia-versi-semrush>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2020). *National Plastic Waste Reduction Strategic Actions for Indonesia*. Diakses dari <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/32898/NPWRSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kurniawan, A. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Ledesma, A. *Sustainability in Natural Cosmetics: The Key for Innovation*. Retrieved from <https://www.natruie.org/sustainability-in-natural-cosmetics-the-key-for-innovation/>
- Limbong, T. & Simarmata, J. (2020). *Media dan Multimedia Pembelajaran: Teori & Praktik*. Yayasan Kita Menulis.
- Liputan6.com (2021). *5 Cara Garnier agar Lebih Ramah Lingkungan dan Minim Sampah Plastik*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4527558/5-cara-garnier-agar-lebih-ramah-lingkungan-dan-minim-sampah-plastik>
- Livesey, C. (2014). *Cambridge International AS and A Level Sociology Coursebook*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luttrell, R. (2014). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield
- Mediaindonesia.com (2021). *Garnier Ajak Masyarakat untuk Mengubah Sampah Menjadi Berkah*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/399795/garnier-ajak-masyarakat-untuk-mengubah-sampah-menjadi-berkah>
- Moeliono, N., Fakhri, M., Sari, D., Kurnia, B., & Anindita, D. A. (2020). *Green Brand Awareness Factors on The Body Shop Product*. IEOM Society

- International. Diakses dari <http://www.ieomsociety.org/harare2020/papers/261.pdf>
- Nasution, N. (2018). *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2). Diakses dari <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2094>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th Edition). London: Pearson Education Limited.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Pangaribowo, H. Y. (2020). *Green Beauty: Program Garnier untuk Turut Jaga Kelestarian Lingkungan*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/garnier/green-beauty-lingkungan-csc/5>
- Permata, N. (2021). *Perancangan Strategy Map Berbasis Balanced Scorecard Studi Kasus Pada PT Jakarta Industrial Estate Pulogadung (PT JIEP)*. Jakarta. Diakses dari <http://repository.stei.ac.id/5129/4/BAB%203%20METODA%20PENELITIAN.pdf>
- PR Indonesia. (2021). *PESO Model*. Majalah PR Indonesia Edisi 80. Diakses pada tanggal 29 Desember 2021, dari <https://www.instagram.com/p/CXusEenh-Aj/>
- Pratiwi, R. S. (2021). *Garnier Ajak Masyarakat Ubah Sampah Plastik Jadi Berkah*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/04/10/075520920/garnier-ajak-masyarakat-ubah-sampah-plastik-jadi-berkah>
- Premium Beauty News. (2021). *Sustainable Beauty: A Tailor-made, Plant-based Approach for Tomorrow's Cosmetics*. Diakses dari <https://www.premiumbeautynews.com/en/sustainable-beauty-a-tailor-made,18526>
- Rinrattanakorn, P. (2012). *Public Relations Campaign*. Thailand. Diakses dari [https://www.chonburi.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/68-public relation.pdf](https://www.chonburi.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/68-public%20relation.pdf)
- Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Rose, S. (2021). *What is Sustainable Beauty? Our Criteria Explained*. Retrieved from <https://www.crueltyfreekitty.com/skincare/what-is-sustainable-beauty/>
- Rossa, V. (2021). *Industri Kecantikan Ini Dorong 250 Juta Masyarakat untuk Mulai Hidup Berkelanjutan di 2025*. Diakses pada tanggal 14 Februari

- 2022, dari <https://www.suara.com/lifestyle/2021/10/01/234140/industri-kecantikan-ini-dorong-250-juta-masyarakat-untuk-mulai-hidup-berkelanjutan-di-2025>
- Rumata, V. M. (2017). *Analisis Isi Kualitatif Twitter “#TaxAmnesty” dan “#AmnestiPajak”*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, 18(1). Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/230996/analisis-isi-kualitatif-twitter-taxamnesy-dan-amnestipajak>
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sari, M. Y. E. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak*. STIE PGRI Dewantara. Diakses dari <http://repository.stiedewantara.ac.id/458/>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. Britania Raya: SAGE Publications.
- Shen, D. (2015) *Environmental Sustainability and Economic Development: A World View*. Journal of Economics and Sustainable Development, 6(6). Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/234646933.pdf>
- Sinnappan, P., & Rahman, A. A. (2011). *Antecedents of Green Purchasing Behavior among Malaysian Consumers*. International Business Management, 5(3). Diakses dari <https://www.medwelljournals.com/abstract/?doi=ibm.2011.129.139>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryawati, I. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutresna, A. (2018). Analisis Perencanaan Kampanye Pemasaran Sosial "Kobarkan Kebaikan" Pertamina. Jurnal UltimaComm, 10(2). Diakses dari <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM>
- Syaipudin, L. (2020). *Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)*. Kalijaga Journal of Communication, 2(1). Diakses dari <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/kjc/article/view/1700>
- Syamsiyah, M. N. (2020). *Mengenal Konsep Green Beauty yang Baru Saja Diluncurkan oleh Garnier*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://kumparan.com/kumparanwoman/mengenal-konsep-green-beauty-yang-baru-saja-diluncurkan-oleh-garnier-1ulxhZ5GGFW/full>
- United States Environmental Protection Agency (EPA). *Sustainability and the ROE*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022, dari <https://www.epa.gov/report-environment/sustainability-and-roe>

Vartanian, T. P. (2011). *Secondary Data Analysis*. New York: Oxford University Press.

Zhou, P., Mickus, A., & Xiang Guo. (2020). *The Role of Paid and Earned Social Media on Consumer behavior for Apparel Brands in China's Market*. Jonkoping International Business School. Diakses dari <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-48901N>

