

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrillia, Dian. 2022. *Mengenal Octopus, Aplikasi Daur Ulang Sampah*, PT. Garuda. Nyala Fajar Indonesia
- Amurwaraharja, I.P. 2003. *Analisis Teknologi Pengolahan Sampah Dengan Proses Hirarki Analitik dan Metoda Valuasi Kontingensi (Studi Kasus di Jakarta Timur)*. Tesis. Institut Pertanian Bogor
- Am, Daud, Effendi. *Lingkungan, Manusia Dan Pembangunan*, (Jakarta: Lembaga Peneliti UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), h. 70
- Anti, Titin, dkk. 2018. *Dinamika Peran Jejaring Pengelolaan Sampah Dalam Komunikasi Literasi Sampah*, Profetik Jurnal Komunikasi, Vol. 11 No. 2.
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*, Penerbit: Airlangga University Press
- Arifin, Anwar. 2020. *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi dan Riset*. Penerbit : Pustaka Indonesia, Jakarta
- Arifin, Anwar. 2014. *Strategi Komunikasi*, Penerbit : Armico, Bandung
- Azis, Yusuf. 2023. *Komunikasi Organisasi: Pengertian, Teori dan Contoh*. Deepublish Store
- Bahfiarti, Tuti. 2020. *Komunikasi Interpersonal : Aplikasi Dalam Riset*. Penerbit: Unhas Press
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2015. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Rajarafindo Persada
- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis*, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Efendi. 2016. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

- Effendy, Uchjana, Onong.2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Penerbit : PT. Remaja Rosdakarya Indonesian Ocean Pride (IOP). 2020. *Memperkenalkan Aplikasi Octopus: bisa daur ulang sampah plastik dari rumah*
- Fattah, Nanang. 1996. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gregory, Anne. 2001. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Penerbit : PT. Glora Aksara Pratama
- Mahdi, Ivan, M.2022. *Indonesia Hasilkan 21,88 Juta Ton Sampah pada 2021*
- Morissan. 2020. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Catatan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oktasari, Rina. 2021. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KaospolosJambi di Kota Jambi*. (Skripsi). Jambi: Universitas Batanghari Jambi
- Rachmat, J. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Penerbit: Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rastina, Muhammad Arsyad & Muhammad Islah. 2020. *IbM Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Keluarga Pemulung dengan Memanfaatkan Sampah Anorganik*. Proc 4<sup>th</sup> Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat PNUP
- Rice, Ronald E. (2001). *Public Communication Campaign*. Sage.
- Richard West, Lynn H. Turner. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Metode penelitian PR dan Komunikasi*. Penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Schramm, Wilbur. 1954. "How Communication Works", dalam *The Process and Effects Of Communication*, ed. Wilbur Schramm. Urbana: University of Illinois Press.

Silviani, Irene. 2020. *Komunikasi Organisasi*. Penerbit : Scopindo Media Pustaka, Surabaya.

Simmons, Robert E. (1990). *Communication Campaign Management*. Longman

Suprpto, Tommy. 2009 *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, Penerbit : Media Pressindo

Udaya, Jusuf, dkk. 2013. *Manajemen Stratejik*, edisi pertama, cetakan pertama, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Vardiansyah. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Venus, Antar. 2018. *Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Profil Peneliti



**Nama** : Raina Ahaddina

**Nim** : E021191070

**Tempat / Tanggal Lahir** : Makassar / 29 Oktober 2000

**Alamat** : JL. Da'wah 2 No.16

**Nama Ayah** : H. M. Natsir Najamuddin., S.Sos.

**Nama Ibu** : Hj. Salmah Waris

**Riwayat Pendidikan** : 1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Ranting Butung  
2. SD Negeri Sudirman I Makassar  
3. SMP Negeri 5 Makassar  
4.SMA Negeri 17 Makassar

## **Lampiran 2. Pedoman Wawancara Penelitian**

### **Judul Penelitian: “Strategi Kampanye Octopus Indonesia Sebagai Platform Sirkular Ekonomi Dalam Upaya Menarik Minat Pelestari”**

#### Karakteristik Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jabatan :

#### Pertanyaan untuk internal Octopus Indonesia

1. Pertanyaan-pertanyaan terkait rumusan masalah 1 (Pelaksanaan Strategi Kampanye)
  - ◆ Tahap-tahap apakah yang dilakukan dalam memberikan strategi kampanye dalam upaya menarik minat pelestari?
  - ◆ Bagaimana implementasi dari tahap-tahap strategi kampanye yang dilakukan tersebut? Bisakah Anda jelaskan?
  - ◆ Apakah strategi kampanye yang dilakukan selama ini sudah begitu efektif ?
  - ◆ Jika belum efektif, apa yang menjadi kendala dalam pelaksanaan proses strategi kampanye?
  - ◆ Dalam implementasi strategi kampanye yang dilakukan, apakah yang menjadi visi dan misi Octopus Indonesia?
  - ◆ Bisakah Anda jelaskan proses pelaksanaan strategi kampanye Octopus Indonesia dalam upaya menarik minat pelestari?

2. Pertanyaan-pertanyaan terkait rumusan masalah 2 (Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat)

- ◆ Apa saja kira-kira yang menjadi Faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi kampanye Octopus Indonesia dalam upaya menarik minat pelestari?
- ◆ Apa saja kira-kira yang menjadi Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi kampanye Octopus Indonesia dalam upaya menarik minat pelestari?
- ◆ Mengapa kira-kira faktor tersebut dapat terjadi?
- ◆ Apakah Octopus Indonesia memiliki penyelesaian terhadap faktor-faktor tersebut?
- ◆ Mengapa Octopus Indonesia memilih penyelesaian tersebut?

Pertanyaan untuk Pelestari & Pengguna (*Users*) Octopus Indonesia

1. Pertanyaan-pertanyaan terkait rumusan masalah 1 (Pelaksanaan Strategi Kampanye)

- ◆ Bisakah Anda jelaskan proses pelaksanaan strategi kampanye yang anda dapatkan oleh Octopus Indonesia sebagai upaya dalam menarik minat pelestari?
- ◆ Menurut Anda, Dalam implementasi strategi kampanye yang dilakukan, apakah yang menjadi visi dan misi Octopus Indonesia?
- ◆ Menurut Anda, Apakah strategi kampanye yang dilakukan oleh

Octopus Indonesia selama ini sudah begitu efektif ?

- ◆ Jika belum efektif, Menurut Anda, apa yang menjadi kendala Dalam pelaksanaan proses strategi kampanye?

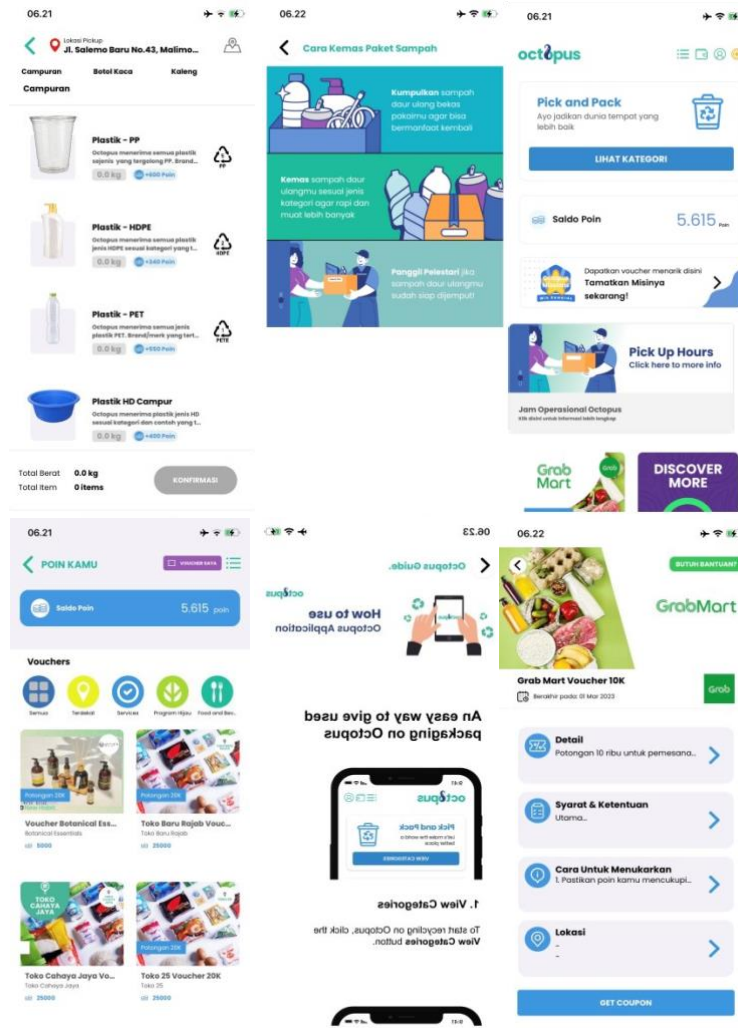
2. Pertanyaan-pertanyaan terkait rumusan masalah 2 (Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat)

- ◆ Menurut Anda, Apa saja kira-kira yang menjadi Faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi kampanye Octopus Indonesia dalam upaya menarik minat pelestari?
- ◆ Menurut Anda, Apa saja kira-kira yang menjadi Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi kampanye Octopus Indonesia dalam upaya menarik minat pelestari?
- ◆ Menurut Anda, Mengapa kira-kira faktor tersebut dapat terjadi?



### Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian





Layanan (Fitur) pada Aplikasi Octopus