

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiawan, A., Lisdiyati, P., & Purba, S. H. (2021). Motivasi Pemuda Untuk Mengikuti Program Relawan Edukasi Kesehatan Di Media Sosial. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 225–232. <https://doi.org/10.25008/altifani.v1i3.149>
- Ayun, L. F. S. Q., Purnomo, A., & Kurniawan, B. (2023). Partisipasi volunteer pada lembaga swadaya masyarakat (studi kasus volunteer LPAN GRIYA Baca Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHI3S)*, 3(4), 436–451. <https://doi.org/10.17977/um063v3i4p436-451>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Clary, E. G., & Mark Snyder. (1998). Understanding and Assessing the Motivations of Volunteers: A Functional Approach. *Psychological Science*, 8(5). <https://doi.org/1467-8721.00037>
- Hapsari, A. A., Alfayyaz, M. F., Hendrawan, A. T., Izzah, H. S. N., Fajriyah, N., & Anas, S. H. (2025). Motivasi Remaja yang Bergabung dalam Komunitas Peduli Sosial Remaja di Universitas Islam Negeri Walisongo. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 5(2), 3958–3972. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i2.2133>
- Ife, J. W., Ife, J., & Tesoriero, F. (2006). *Community Development: Community-based Alternatives in an Age of Globalisation*. Pearson Education Australia.
- Indorelawan. (2026). *Kelompok Relawan Aktif di Indonesia*. Indorelawan.Org. <https://www.indorelawan.org/>
- John W. Creswell. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. In *SAGE* (Vol. 94, Number 3).
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. (3rd ed.).
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good* (5th ed.). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2019). *Social Marketing: Behavior Change for Social Good* (6th editio). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (1989). *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. The Free Press.

- Lexy J Moleong. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, Huberman, & Saldana. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode*. (3rd ed.). SAGE.
- Nurdin, A. (2014). Buku Komunikasi Kelompok dan Organisasi. *Komunikasi Kelompok Dan Organisasi*, 26–29.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.).
- Salamon, L., & Anheier, H. (1998). *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 9(3), 248. <https://doi.org/1022058200985>
- Sugiyono, P. D., & Lestari, D. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Vol. 1, Number 3). ALFABETA, cv.
- Suheni. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Komunitas Gerakan Berbagi Nasi di Serang*.
- Susanto, T., Dharmawan, L., Dono, L., & Roberto, I. (2019). Kampanye Sosial Istana Belajar Anak Banten dalam Pembangunan Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 205–215. <https://doi.org/10.46937/17201926851>
- Sutresna, A. (2018). Analisis Perencanaan Kampanye Pemasaran Sosial “Kobarkan Kebaikan” Pertamina. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–191. <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM><http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>
- Sutresna, A., & Saputro, E. H. (2023). *STRATEGI PEMASARAN SOSIAL INDORELAWAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENJADI RELAWAN DALAM KAMPANYE “TEMALI PROJECT”*. 11(1), 109–124.
- Volunvibes. (2024). *Latar Belakang Volunvibes*. Instargram.
- Volunvibes. (2026a). *Data Relawan Aktif Volunvibes Periode Januari-April 2026*.
- Volunvibes. (2026b). *Kuota dan Jumlah Pendaftar Relawan per Kegiatan Volunvibes Periode Januari-April 2026*.