

## DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Kelautan dan Perikanan*. (2020, Oktober 2). From Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut: <https://kkp.go.id/djprl/artikel/23631-pencemaran-laut>
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Angleo Store Ubud Bali. *VALUES*, 2(2), 374-384.
- Tutiasri, R. P. (2023, Juli). Analisis Resepsi Remaja pada Nilai Budaya dan Religius dalam Iklan Sirup Marjan (Edisi Baruna Sang Penjaga Samudera). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 4961-4967.
- Syahriar, M. (2016). Representasi Makna Qurban dalam Budaya Populer: Membaca Konsumerisme melalui Analisis Semiotika Barthes Iklan Cetak PKPU Kurbanmu Kendaraanmu. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 2(2), 147-179.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Li, H., Edwards, S. M., & Lee, J. H. (2002). Measuring The Intrusiveness of Advertisements: Scale Development and Validation. *Journal of Advertising*, 31(2), 37-47.
- Dahono. (2021, Februari). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia*. From Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Setiadi, Fahron, E., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313-323.
- Yonatan, A. Z. (2023, Juni 21). *Good Stats*. From Good Stats: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUALp#:~:text=Youtube%20menjadi%20media%20sosial%20yang,dengan%20119%2C9%20juta%20pengguna>.
- Amalia, N. T., & Wenerda, I. (2020). Resepsi Masyarakat terhadap Pesan Halal pada Iklan Freshcare. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 25-34.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi (revisi)*. Rajawali Pers.
- Rahman, D. F. (2023, Februari 28). *Klik Times*. From Klik Times: <https://www.kliktimes.com/news/7297773067/iklan-sirup-marjan-banjir-pujian-netizen>
- Inriyanti, Eka, Fitriana, A., & Nariyoh, L. (2022). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Isi Pesan pada Iklan Somethinc x Lifnie Sanders. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 822-827.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kriyantono, R. (2006). *Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Riset Komunikasi PT. Raja Grafindo Persada Jakarta*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.

- Mailasari, S. H. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color". *Journal Komunikasi*, 11(1), 1-8.
- Maisaroh, S. J. (2023). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Isi Pesan Iklan "Cantik Fest" Tokopedia dalam Memenuhi Kebutuhan Kecantikan. 697-703.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan KEabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.