

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Alberts, J. K., Nakayama, T. K., & Martin, J. N. (2016). *Human communication in society*. Pearson Education.

Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Pengaruh pemasaran digital terhadap kinerja pemasaran perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Annur, C. M. (2024). Instagram, Media Sosial yang Paling Sering Terpapar Iklan Judi Online. *Databooks*.

Bawengan, G. W. (1977). *Pengantar kriminologi*. Pradnya Paramita.

Bima Cipta Panca. (2019). Pengaruh Facebook Ads terhadap kinerja pemasaran. (Sumber mengutip Smith, 2011).

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.

Bungin, B. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

CNN Indonesia. (2024). Kasus kecanduan judi online di Indonesia. CNN Indonesia.

December, J. (1997). Notes on defining computer-mediated communication. *CMC Magazine*.

Mulyana, D. (2011). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Dzurohman, A. (2020). Dampak fenomena judi online terhadap melemahnya nilai-nilai sosial pada remaja. *Jurnal Sosial dan Budaya*.

Firmanza, R., & Artanti, Y. (2022). Peran pemasaran media sosial dalam membangun hubungan dengan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Griffiths, M. D. (2003). Internet gambling: Issues, concerns, and recommendations. *CyberPsychology & Behavior*, 6(6), 557–568.

Griffiths, M. D. (2011). *Internet gambling, player protection, and social responsibility*. Springer.

Healty, R. (2018). Pengelolaan identitas dalam komunikasi bermedia komputer. *Jurnal Komunikasi Digital*.

Ishaq, A. (2022). Judi sepak bola online pada kalangan mahasiswa Muslim di Universitas Islam Riau. *Jurnal Sosiologi Agama*.

Jatmika. (2017). Konsep dan pengukuran omzet penjualan. Dalam kajian proses akuntansi penjualan.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Kartono, K. (2014). *Patologi sosial*. RajaGrafindo Persada.

Kartono, K., & Kartini. (2015). *Patologi sosial 2*. RajaGrafindo Persada.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). Data pengguna judi online di Indonesia. KOMINFO RI.

Kotler, P. (2020). Manajemen pemasaran. Dikutip dalam SarjanaEkonomi. (2020). Pengertian pemasaran.

Leanne. (2020). Facebook advertising indicators. Indikator variabel Facebook Ads.

Manalu, R. (2014). Computer mediated communication dalam media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi.

McQuail, D. (2011). McQuail's mass communication theory. Sage Publications.

Moleong, L. J. (2009). Metodologi penelitian kualitatif. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2007). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Remaja Rosdakarya.

Musthofa, Rizal. (2024). Dampak judi online terhadap perilaku remaja. Jurnal Sosial Remaja.

Narasi. (2023). Indonesia peringkat pertama pemain judi online. Narasi News.

Nabilah, A. (2024). Pemblokiran konten judi online oleh Kominfo. Media Digital Indonesia.

Putra, R. (2020). Facebook Ads sebagai media promosi digital. Halaman 2.

Rahmatih, & Fauzi. (2019). Persepsi mahasiswa tentang perkuliahan daring. *Jurnal Pendidikan Tinggi*.

Raji, R. A., Rashid, S. M., Ishak, S. M., & Mohamad, B. (2019). The influence of social media advertising content on consumer brand engagement. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 275–291.
<https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0001>

Robbins, S. P. (1999). *Organizational behavior*. Prentice Hall.

SarjanaEkonomi. (2020). *Pengertian pemasaran menurut para ahli*. Mengutip Philip Kotler.

Sobur, A. (2003). *Psikologi umum*. Pustaka Setia.

Sondakh, J. J., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2016). *Pengantar pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Smith, P. (2011). Advertising on social media platforms. Dikutip dalam Bima Cipta Panca (2019).

Spitzberg, B. H. (2006). Preliminary development of a model and measure of computer-mediated communication competence. *Journal of Computer-Mediated Communication*.

Stever, H. G. (1972). *Science, systems, and society*. Wiley.

Sugandhi, R. (1981). *Hukum pidana Indonesia*. Sinar Grafika.

Tahir, M., Yusof, N. M., & Aziz, A. A. (2022). Social media advertising as internet advertising: Impact on consumer behavior. *International Journal of Business and Management*.

Techfor. (2019). Facebook Ads: Solusi iklan digital untuk bisnis. Artikel teknologi dan pemasaran digital.

Walgito, B. (2010). Pengantar psikologi umum. Andi Offset.

Wiese, M., et al. (2020). Social media advertising effectiveness. Halaman 85.

Yaacob, Z., Ibrahim, M. D., & Wahab, N. A. (2021). Social media, e-commerce, and internet connectivity growth. *Journal of Digital Marketing*.

Zurohman, A., et al. (2016). Perkembangan teknologi komunikasi dan masyarakat. *Jurnal Teknologi Informasi*.