

DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, I. (2009). *Gambaran Konsep Diri*. 7–29.
- Bawono, A., & Erlangga, R. A. (2019). Perubahan Kesadaran Berzakat, atas Pengaruh Video Iklan Layanan Masyarakat dan Dampaknya pada Masyarakat Jateng dan DIY. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 149–176. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v13i1.149-176>
- Durianto, Sugiarto, Widjaja, & Supratkno. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif: Strategi, program dan teknik pengukuran*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Erlita, N. (2016). Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(2), 199–210. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jies/article/view/2432>
- Griffin, E. (2012). *A 'First Look at Communication Theory* (Eight Edit). Mc Graw-Hill.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Utama Grafiti.
- Khusnaeni, N., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). PENGARUH IKLAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi âNixia Gamerâ). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 47(2), 49–56.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (Edisi kese). Indeks Kelompok Gramedia.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi* (edisi 9). Salemba Humanika.
- Muslim, I., Latif, F., & Sarwar, M. S. (2020). *Processing of Political Contents of Mass Media: An Analysis under the Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. 3(3), 141–147.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/10.24002/jik.v9i1.50>
- Petra, U. K., Devina, M., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2007).

*Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Pesan Iklan Televisi Coca Cola Versi
“ Rasakan Momennya .”*

- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.)). ZIFATAMA PUBLISHING.
- Program, M., Magister, S., Komunikasi, I., Undip, F., & Vi, A. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Ilm) Dalam Pemasaran Sosial. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 158–164. <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,2,158-164>
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. C.V Andi Offset.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Penerbit ANDI.
- Santoso, H. (2010). Upaya Meningkatkan Minat Dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat. *Upaya Meningkatkan Minat Dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat, 1*, 1–19.
- Sarwono. (2000). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono. (2013). *Psikologi Remaja*. Rajawali Pers.
- Subana, M., & Sudrajat. (2005). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Pustaka Setia.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan* (3rd ed.). Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Setiyawami (ed.)). Penerbit Alfabeta.
- Syamsuddin, & Damaianti, V. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Remaja Rosdakarya.
- Tim Media Websindo. (2019). *Indonesia Digital 2019: Tinjauan Umum*.
- Widiastuti, T. W. (2017). Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Pembentukan Personal Branding Di Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 588. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.107>

Yuyun, S. M. I. (n.d.). Pengaruh iklan layanan masyarakat hemat listrik pt. pln terhadap sikap masyarakat dalam penggunaan listrik di kelurahan wattang kecamatan polewali 1. *MITZAL, Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*.

Internet :

Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (diakses pada tanggal 13 November 2020)

Simon Kemp (2021). *DIGITAL 2021 : INDONESIA*.

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> (diakses pada tanggal 05 Juli 2021)

Tim Media Websindo. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum*.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/> (diakses pada tanggal 13 November 2020)

Undang – Undang :

Pemerintah Indonesia. 2002. *Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Yang Mengatur Tentang Penyiaran*. Lembaran Negara RI Tahun 2002, No. 139. Jakarta : Sekretariat Negara