

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsmarai, S., Muhsen, Z. F., & Alhroob, A. (2013). The Impact of Frequent Use Email When Creating Account at the Websites on the Users Privacy and Security. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 5(6), 1–19.
- Anastuti, K. U. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) I*, 7(1).
- Apple. (2022, May 18). *Privacy on iPhone | Data Auction | Apple*. [https://www.youtube.com/watch?v=NOXK4EVFmJY&ab\\_channel=Apple](https://www.youtube.com/watch?v=NOXK4EVFmJY&ab_channel=Apple).
- Apple Media Helpline. (2022, March 8). Apple Introduces Gorgeous New Green Finishes for The iPhone 13 Lineup. <https://www.apple.com/newsroom/2022/03/apple-introduces-gorgeous-new-green-finishes-for-the-iphone-13-lineup/>.
- Aprono, R., & Noermanzah. (2020). Ideologi Kapitalisme dalam Iklan Rokok Djarum 76 Edisi Wani Piro: Kajian Analisis Wacana Kritis. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, Dan Asing*, 4(1), 86–97.
- Arlina, T., & Nuraeni, R. (2022). John Fiske's Semiotic Analysis: Representation of Social Criticism in Pretty Boys. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5427>
- Bahri; Rinjani. (2016). Representasi Identitas Muslimah Dalam Iklan Produk Wardah di Televisi Nasional (Analisis Semiotika Roland Barthes). *S2-KPI: IAIN Lhokseumawe*. [http://repo.iainlhokseumawe.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=627&keywords=](http://repo.iainlhokseumawe.ac.id/index.php?p=show_detail&id=627&keywords=)
- Bohang, F. K. (2018, July). Samsung Sebar 4 Iklan untuk Sindir iPhone X. *KOMPAS.Com*.
- Borle, S. (2017). Esquivel! Space Age Sound Artist. *The Deakin Review of Children's Literature*, 7(1).
- Briefing, D. (2019, March 1). *What Hackers Actually Do with Your Stolen Medical Records*. Advisory Board.

- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., Dicenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The Use of Triangulation in Qualitative Research. In *Oncology Nursing Forum* (Vol. 41, Issue 5, pp. 545–547). Oncology Nursing Society. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Chapman, N., & Cheel, J. (2014). *The Secrets of Fashion Drawing*. Arcturus Publishing Limited.
- Chou, H.-Y., & Lien, N.-H. (2022). Advertising Effects of Songs' Nostalgia and Lyrics' Relevance. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 314–329.
- Cordero-Gutiérrez, R., & Lahuerta-Otero, E. (2020). Social Media Advertising Efficiency on Higher Education Programs. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(2), 247–262. <https://doi.org/10.1108/SJME-09-2019-0075>
- Damanik, E. R., Mulyono, D. C. B. M., Wiratma, M., & Ndau, R. (2013). Berakhirnya Kisah Manis Apple dan Samsung: Mengatasi Konflik Organisasi Eksternal Multidimensional dengan Komunikasi Organisasi Efektif. *HUMANIORA*, 4(1), 671–676.
- Dewantari, A. A. (2020). Kajian Semiotika Komunikasi Visual Iklan Djarum Fil... Gold 76 Versi "Jujur." *Jurnal Studi Kultural*, 5(2), 19–27.
- Dio R N, K., Nyoman P B, I., & Gusti K S A, N. (2022). Perlindungan Hukum atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen Perdagangan Elektronik Lokapasar (Marketplace). *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(1), 2746–5039. <https://doi.org/10.22225/jph.3.1.4674.143-148>
- Elfira, T. C. (2020, June 9). *Watch Out! This WhatsApp Bug Can Leak The User's Phone Number*. VOI English.
- erwinkarim. (2021, February 2). *Why iPhone Ships With Ultra Wide Lens*. Tech Journeyman.
- Fabriar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1).
- Fatimah. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Syahril, Ed.). TallasaMedia.
- Firmansyah. (2022). Menghadapi Kapitalisme dalam Konteks Hukum Indonesia. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(1), 28–36.
- Fiske, J. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajagrafindo Persada.
- Ge, T., & Wu, X. (2021). Accurate Delivery of Online Advertising and The Evaluation of Advertising Effect Based on Big Data Technology. *Hindawi*. <https://doi.org/10.1155/2021/1598666>

- Gigante, M. del. (2019, October 21). *Why Location Data Matters: 4 Big Benefits for Marketers*. MDG Advertising.
- Gurman, M. (2022, August 14). *Apple Finds Its Next Big Business: Showing Ads on Your iPhone*. Bloomberg.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.
- Hartley, J. (2018). *Communication, Cultural, and Media Studies: Konsep Kunci: Vol. I*. Jalasutra.
- Haryadi, T., Senoprabowo, A., & Sulistiyawati, P. (2021). Analisis Perubahan Trend Iklan Gojek Versi Video-Animasi dalam Sudut Pandang Media Dependency. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(1).
- Haryati. (2013). Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya. *Observasi*, 11(1), 9–13.
- Hasyim, M. (2014). Konstruksi Realitas Sosial Budaya dalam Iklan Komersial. *Journal Communication*, 5(2).
- Herdiawanto, H., & Hamdayana, J. (2021). *Dasar-Dasar Penelitian Sosial*. Prenamedia Group.
- Hern, A. (2022, August 19). *Apple Security Flaw ‘Actively Exploited’ by Hackers to Fully Control Devices*. The Guardian.
- Hilliard, W. (2021). Apple Begins Crackdown on Leakers from China. <https://appleinsider.com/articles/21/06/24/apple-begins-crackdown-on-leakers-from-china>.
- Hisbulloh, M. H. (2021). Urgensi Rancangan Undang-Undang (RUU) Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Hukum*, 37(2), 119. <https://doi.org/10.26532/jh.v37i2.16272>
- Hoffman, C. (2022, November 10). *Why SMS Text Messages Aren’t Private or Secure*. How-To Geek.
- Hudders, L., & Lou, C. (2022). A New Era of Influencer Marketing: Lessons from Recent Inquires and Thoughts on Future Directions. In *International Journal of Advertising* (Vol. 41, Issue 1, pp. 1–5). Taylor and Francis Ltd. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2031729>
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, N. I., & Suardana, W. I. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2).

- Iskandar. (2019, December 10). *Jutaan Data Pribadi Warga AS Bocor Gara-Gara Layanan SMS*. Liputan6.Com.
- Jan, R. H. (2012). Eksistensi Sistem Ekonomi Kapitalis di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syirah*, 8(1), 1–16.
- Jaufarry, S., & Utami, L. S. S. (2022). Makna Satire Tersembunyi dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan A Mild Versi Bukan Main). *Koneksi*, 6(1), 1–8.
- Konuk, S. (2021). E-mail Literacy in Higher Education Academic Settings. *International Journal of Education & Literacy Studies*, 9(3), 29–42.
- Krishma. (2022, November 22). *What Is Nostalgia Marketing & Why Do Brands Use It For Their Campaigns?* The Ad Digest.
- Krištopaitytė, E. (2022, November 29). *What Happens When My Medical Records Are Stolen?* Healthnews.
- Krypton, A. (2020). Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen iPhone (Studi Kasus Mahasiswa/i Program Pendidikan Vokasi UI). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(1).
- Kulsum, N. M. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Sosial Didalam Merubah Perilaku Pengguna Narkoba di Makassar. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(67).
- Kurniawan, I. D., & Lahir, S. (2017). Sistem Kapitalisme Negara Sebagai Alternatif Sistem Ekonomi Kerakyatan Berdasarkan Pancasila. *Edunomika*, 1(2), 84–99.
- Kurniyatillah, N., Rachmawati, S. E., Amirah, & Sulaima, N. S. (2020). Kepemimpinan Otoriter dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keisalaman*, 5(1), 160–174.
- Lakshmanan, D., & Rabiyyathul Basariya, S. (2017). The Role of Social Media On Enhancing Advertising Effectiveness. In *International Journal of Civil Engineering and Technology* (Vol. 8, Issue 9). <http://iaeme.com/Home/issue/IJCIET?Volume=8&Issue=9>  
<http://iaeme.com/Home/journal/IJCIET1043>
- Landi, H. (2021, June 16). *CVS Health Database Leak Left 1B User Records Exposed Online*. Fierce Healthcare.

- Lapienyte, J. (2022, December 13). *WhatsApp Data Leaked - 500 Million User Records for Sale Online*. Cybernews.
- Lasaleta, J. D., Sedikides, C., & Vohs, K. D. (2014). Nostalgia Weakens the Desire for Money. *Journal of Consumer Research*, 3(1), 713–729.
- Latief, R. (2020). *PANDUAN PRODUKSI ACARA TELEVISI NONDRAMA: Ide, Format, Sistem Kerja, KerabatKerja, Naskah, Tata Rias, dan Acuan Dasar Kamera* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Lestari, R., Anggraini, N., Sudirman, A., Rahayu, I., Pramayanti, D. I., Situmorang, S. C. D. U., Taufiqurrahman, & Abdurrahim. (2021). *The Art of Branding* (D. U. Sutiksno, Ratnadewi, & I. Aziz, Eds.; 1st ed.). Zahir Publishing.
- Lorenz, N. (2018, June 20). *Google Devices Leak Your Location Data*. Avira.
- Loveless, J. (2022, August 22). *How Does Apple's App Tracking Transparency Framework Affect Advertisers?* Forbes.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Luthfiana, I. I., & Kania, D. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Brand Awareness Ombudsman Republik Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 4(1).
- Manesah, D., Suryanto, & Ramadani, M. (2022). Pelatihan Teknik Editing Video Iklan Menggunakan Adobe Premiere SMK Swasta Pulo Brayon Darat Kecamatan Medan Timur. *KALANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 9–14.
- Mezia V, M., & Sugiarto, A. (2020). Konstruksi Realitas Sosial Perempuan Melalui Iklan Youtube Sariayu Color Trend 2020 Inspirasi Sumba. *Jurnal Communicology* , 8(2). <http://journal.unj.ac.id/>
- Micom, R. (2017). Nielsen: Iklan Online Mendorong Konsumen Mencari Informasi. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/114724/%20nielsen-Iklan-Online-Mendorong-Konsumen-Mencari-Informasi>.
- Mileh, I. N. (2020). Makna Bahasa Tubuh: Suatu Kajian Lintas Budaya. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 4(2), 37–43.

- Mims, C. (2018, March 4). *Your Location Data Is Being Sold—Often Without Your Knowledge*. Wall Street Journal.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Monica, & Luzar, L. C. (2012). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *HUMANIORA*, 2(2), 1084–1096.
- Moorman, C. (2020, February 26). *Top Ten Results From The February 2020 CMO Survey*. Forbes.
- Morrison. (2014). *Teori Komunikasi dari Individu hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Morrison. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Muslimin, K. (2017). Kapitalisme di Era Pasar Bebas dan Realitas Kondisi Ekonomi Kekinian. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 40–49.
- Muttaqin, A. (2012). Agama dalam Representasi Ideologi Media Massa. *Jurnal Dakwah & Komunikasi*, 6(2).
- Nadie, L. (2018). *Media Massa dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi Bagi Perusahaan Go Public*. Media Center.
- Nainggolan, P. P. (2013). Kapitalisme Internasional dan Fenomena Penjarahan Lahan di Indonesia. *Politica*, 4(2), 225–262.
- Natamiharja, R. (2018). A Case Study on Facebook Data Theft in Indonesia. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 12(3), 206. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v12no3.1312>
- Nayoan, J. R., Fitri, A. N. G., Umaroh Cindi Fadilatul, Maharani, D. A., Farhan, F., & Irianti, A. H. S. (2021). Pembuatan Busana Berkualitas dari Limbah Tekstil Melalui Brand Ciclo.th Menggunakan Teknik Mixed Media. *Fashion and Fashion Education Journal*, 10(2), 63–67.
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 158–164.
- Nofriansyah, D., Jatiningrum, C., Siregar, M. N. H., Butarbutar, N., Abadi, S., Jamaludin, Sudarso, A., Giap Yo Ceng, Harmayani, & Hutahaean, J. (2020). *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha* (J. Simarmata, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Noriega, O., & Sukendro, G. G. (2020). Satirisme Cerdas Iklan Djarum 76 Filter Gold Versi Caleg Cerdas (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Prologia*, 4(1), 82–89.
- Nugroho, S. S. (2022). *Dimensi Hukum Media Massa* (A. Fimala & A. N. Azizah, Eds.; 1st ed.). Penerbit Lakeisha.
- Nurginaya, Lukman, & Said, I. M. (2020). Representasi Ideologi Dibalik Mitos dalam Mengemas Makna Subjektif Iklan Media Cetak dan Media Elektronik: Sebuah Alternatif Semiotika. *Nady Al-Adab*, 17(2), 31–46.
- Nuseir, M. T. (2019). The Impact of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on The Online Purchase Intention of Consumers in The Islamic Countries – A Case of UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 759–767.
- Parinduri, A. (2022). Ideologi Liberalisme: Sejarah, Ciri-Ciri dan Contoh Penerapannya. *Tirto.Id*.
- Perlroth, N. (2017, October 3). All 3 Billion Yahoo Accounts Were Affected by 2013 Attack. *The New York Times*.
- Pertiwi, E., Delvina Nuraldini, D., Buana, G. T., & Arthacerses, A. (2021). Analisis Yuridis Terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Pengguna Media Sosial. *Jurnal Rechten: Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 3(3). <https://www.celebrities.id/amp/4-negara-dengan-pengguna->
- Petkauskas, V. (2022, December 9). Android App with Over 5M Downloads Leaked User Browsing History. *Cybernews*.
- Piliang, Y. A. (2018). *Hiparsemiotika; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jalasutra.
- Prasetya Adi, E., & Nurhadi. (2016). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi AQUA “Versi Ada AQUA.” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(2).
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis* (1st ed.). UB Press.
- Pudjiastuti, W. (2016). *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Pustaka Obor Indonesia.
- Purnamaningsih, L. P., Suarni, N. K., & Suranata, K. (2013). Identifikasi Emosi melalui Pendeteksian Karakteristik Ekspresi Wajah (Face Expression) dalam Rangka Mengentaskan

- Masalah Siswa melalui Konseling Individual. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 1(1).
- Putri, A. A., & Prayoga Diansanto. (2021). Pemasaran Sosial menggunakan Media Sosial dalam Upaya Pencegahan Penularan Covid-19: Tinjauan Literatur. *Media Kesehatan Masyarakat*, 20(2).
- Putri, D. D. F., & Fahrozi, M. H. (2021). Upaya Pencegahan Kebocoran Data Konsumen Melalui Pengesahan RUU Perlindungan Data Pribadi (Studi Kasus E-Commerce Bhinneka.com). In *Borneo Law Review* (Vol. 5, Issue 1). <https://tirto.id/jumlah-pelanggan-e-commerce-tercatat-meningkat-383-selama->
- Rafanani, B. (2019). *Bikin Film Pakai Smartphone Itu keren* (1st ed.). Araska.
- Renesi, M. (2018, March 25). *Think Different* 🍏. Medium.
- Rountree, D. (2013). *Windows 2012 Server Network Security Securing Your Windows Network Systems and Infrastructure*. Elseiver.
- Rozaliana. (2020). Language Styles of iPhone Advertisement Slogans. *UC Journal: ELT, Linguistics and Literature Journal*, 1(2), 92–114.
- Rumlus, M. H., & Hartadi, H. (2020). Kebijakan Penanggulangan Pencurian Data Pribadi dalam Media Elektronik. *Jurnal HAM*, 11(2), 285. <https://doi.org/10.30641/ham.2020.11.285-299>
- Sarmiati, E. R. R. (2019). *Komunikasi Interpersonal*. CV IRDH.
- Shah, S. W. A., Jeong, J. J., & Doss, R. (2021, August 16). *How Hackers Can Use Message Mirroring Apps To See All Your SMS texts — and Bypass 2FA Security*. The Conversation.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, Promotion, and other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage.
- Shirer, M., Scarsella, A., & Reith, R. (2022, April 28). Smartphone Shipments Declined 8.9% in the First Quarter as Global Demand Softens, According to IDC. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?ContainerId=prUS49063822>.
- Simonson, I., & Rosen, E. (2014). How Branding Affects The Decision-Making Process of Consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3).



- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2019). Penerapan Angle Camera dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita di Metro TV Biro Medan. *Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 137–150.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif*. Buku Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhandra, I. R. (2019). Studi Komparatif Makna Konotasi Warna dalam Budaya Masyarakat Barat dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia. *Cordova Jurnal*, 9(1), 17–38.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Sunam, P. (2020, August 19). *Shot On iPhone: A Campaign that Turned into A Phenomenon*. Social Samosa.
- Suriagiri. (2021). Kepemimpinan Otoriter dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 62–80.
- Suryono, J., & Astuti, P. I. (2013). Model Media Iklan Potensial yang Tepat Sasaran Produk Unggulan UKM. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 6(2).
- Syar'an, N. (2018). *Langkah Mudah Membuat Iklan Facebook yang Nendang* (1st ed.). CV. Hikan Media Utama.
- Tandean, J. (2021). Pemahaman Tentang Pembagian Aturan Warna Pada Baju Tradisional Suku Bugis. *Folio*, 2(1), 17–23.
- Tasruddin, R. (2018). Tren Periklanan Di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5(1).
- Taufik. (2013). Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi (BISE)*, 1(1).
- Tolchah, M. (2016). Pendidikan dan Faham Liberalisme. *At-Ta'dib*, 3(2), 163–178.
- Triwijayanti, A., & Pradipta, D. B. (2018). Kelas Sosial VS Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods dan Jasa. *Ekonomi*, 28(2), 141–158.
- Turton, W. (2022). Apple and Meta Gave User Data to Hackers Who Used Forged Legal Requests. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-30/apple-meta-gave-user-data-to-hackers-who-forged-legal-requests?LeadSource=verify%20wall>.

- Wahjono, D. S. (2015). Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!” *Esensi*, 18(1), 48–57.
- Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Wahyuni, P. S. I., Rasna, I. W., & Putrayasa, I. B. (2021). Representasi Ideologi Liberalisme dalam Kumpulan Cerpen LGBT (Lesbian, Gay, Biseks, dan Transgender) Penjara Karya Moch. Satriowelang, dkk. . *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 10(1), 81–97.
- Wahyuni, S., Sukatin, Fadilah, I. N., & Astri, W. (2022). Gaya Kepemimpinan Otoriter (Otokratis) dalam Manajemen Pendidikan. *Edu-Leadership*, 1(2), 123–130.
- Watie, E. D. S. (2012). Periklanan dalam Media Baru (Advertising In The New Media). *The Messenger*, 4(1), 2012. [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sos](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos)
- Wenerda, I. (2018). Penggunaan Pendekatan Satir Pada Iklan AXIS #KENAPANGGAK. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 2(2), 97–108.
- Wibowo, P. T. J. (2021, September 29). Apa Itu Data Leakage? *Warta Ekonomi.Co.Id*. <https://wartaekonomi.co.id/read364194/apa-itu-data-leakage?page=1>
- Wicaksono, A. (2020, May 3). Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual. *CNN Indonesia*.
- Wijaya, M. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 105–114.
- Winata, A., & Ketut Nurcahya, I. (2017). Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.Com Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5660–5692.
- Wright, E., Khanfar, N. M., Harrington, C., & Kizer, L. E. (2016). The Lasting Effects Of Social Media Trends On Advertising. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(3). <https://doi.org/10.19030/jber.v8i11.50>
- Yunus, U., Angeline, M., & Ramadanty, S. (2017). *Advertising & Branding* (1st ed.). Edu Pustaka.

Yurieff, K. (2019, August 28). *Apple Apologizes for Listening to Siri Recordings, Promises Changes*. CNN Business.