

Daftar Pustaka

- Amura, I. F., & Candrasari, Y. (2022). Konstruksi Khalayak Terhadap Feminisme Dalam Instagram @kalis.mardiasih1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2620-2628.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 79-95.
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Jurnal Konvergensi*, 266-277.
- Baran, S. (2021). *Introduction to Mass Communication*. New York: McGraw-Hill Education.
- Cnn Indonesia. (2022, Desember 29). *Sebut Wanita Berbaju Minim "Bodoh", Brand Hijab Rabbani Diamuk Netizen*. Diambil kembali dari [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221229135124-277-893597/sebut-wanita-berbaju-minim-bodoh-brand-hijab-rabbani-diamuk-netizen](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221229135124-277-893597/sebut-wanita-berbaju-minim-bodoh-brand-hijab-rabbani-diamuk-netizen)
- Dewan Periklanan Indonesia. (2020). *Etika Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Dixon, M. (2020). *Media Theory for A Level*. New York: Routledge.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 416-428.
- Hawari, I. (2019). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram@Indoclubbing*. (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA)
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Indriani, S. S., Puspitasari, L., & Rosfiantika, E. (2019). Analisis Interaksi Simbolik pada Konten Ofensif Iklan Grab #pilihaman. *ProTVF*, 81-100.

- Jannah, P. M. (2021). Pelecehan Seksual, Seksisme Dan Pendekatan Bystander. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 61-70.
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar - Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*., 134-142.
- Machmud, M. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Selaras.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory*. SAGE Publications Ltd.
- Media-studies.com. (2022, Agustus 27). *Stuart Hall's Reception Theory*. Diambil kembali dari Media Studies: <https://media-studies.com/reception-theory/>
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color". *Journal Komunikasi*, 1-8.
- Nurkhasanah, A. (2022). *Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram@ Lyfewithless Terhadap Konten Kampanye# Belajarjadiminimalis*. (Doctoral dissertation, FUD/KPI).
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 125-132.
- Putri, S. (2019) Kategori Penonton Remaja Tentang Gaya Berpacaran Di Sinetron Siapa Takut Jatuh Cinta Di Sctv (Studi Resepsi Pada Siswa SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo).
- Pramulyasari, N. W., & Amalia, F. (2021). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Iklan IM3 Ooredoo Versi Ramai Sepi Bersama. *CoverAge Journal of Strategic Communication*, 61-71.
- Pratomo, Y. (2023, Februari 14). *Orang Indonesia Internetan Lebih dari 7 Jam Sehari, Paling Sering Buka WA dan IG*. Diambil kembali dari KOMPAS.com:

- <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/14020097/orang-indonesia-internetan-lebih-dari-7-jam-sehari-paling-sering-buka-wa-dan-ig>
- Purwaningtyas, M. P., & Widiastuty, L. D. (2021). Covid-19 Information on Instagram: Reception Analysis towards Indonesian Youth Audiences. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*.
- Rabbani. (2016). *COMPANY INFO*. Diambil kembali dari www.rabbani.co.id: <https://www.rabbani.co.id/page/company-profile.html>
- Rabbani. (2022, Desember 25). *Akhir-Akhir ini sedang ramai berita tentang pelecehan seksual seolah sudah menjadi pemandangan biasa*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CmlCSwIvkTR/>
- Rizaty, M. A. (2023, May 3). *Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>
- SIMFONI PPA. (2022, Desember 30). *Ringkasan Data*. Diambil kembali dari kemenpppa.go.id: <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi. (2023, Februari 6). *Usai Olah TKP, Korban Pelecehan Seksual Wanita di Jambi Bertambah Jadi 17 Anak*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2023/02/06/143233078/usai-olah-tkp-korban-pelecehan-seksual-wanita-di-jambi-bertambah-jadi-17>
- Trisnawati, D., & Supriadi, Y. (2022). Resepsi Khalayak Mengenai Berita di Media Sosial Instagram Tempo.co. *Bandung Conference Series: Journalism*, 158-164.
- Utami, N. P., & Winduwati, S. (2022). Pemaknaan Khalayak pada Iklan Animasi Gojek Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim. *Prologia*, 121-127.