

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. A., & Halida, A. N. (2024). Hubungan Brand Reputation Produk FMCG (Fast Moving Consumer Good) dengan Loyalitas Konsumen. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(3), 1420–1431. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11n3.p1420-1431>
- Adi Saskara, I. P. (2021). *Buku Ajar—Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek: Dasar, Penggunaan dan Pembuatan Iklan* (1 ed.). Swasta Nulus.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Amin, M. Y., Gumilang, M. A., Abdillah, F., Sirojudin, A., & Lestari, W. B. (2024). Analisis Sentimen terhadap Kecurangan Pemilu dan SIREKAP di Twitter menggunakan Metode Vader Lexicon dan Naïve Bayes. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, dan Teknik Informatika (SNESTIK)*, 1(1), 397–403. <https://doi.org/10.31284/p.snestik.2024.5877>
- Anbarini, R., Adi Wibowo, S. K., Asri Sjarifah, N., & Abdullah, A. (2023). Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 18–36. <https://doi.org/10.24912/jk.v15i1.19187>
- Arham, A., Swedia, E. R., Cahyanti, M., & Septian, M. R. D. (2022). Implementasi Sentiment Analysis pada Opini Masyarakat Indonesia di Twitter terhadap Virus Covid-19 Varian Omicron dengan Algoritma Naïve Bayes, Decision Tree, dan Support Vector Machine. *Sebatik*, 26(2), 565–572. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.1961>
- Arifin, S., & Febryanto, B. A. (2025). Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi Merdeka Mengajar Menggunakan Metode Vader Lexicon. *SISFOTENIKA*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.30700/sisfotenika.v15i1.513>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa & Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2016). *KBBI VI Daring*. Pencarian - KBBI VI Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

- Barisione, M., & Ceron, A. (2017). A Digital Movement of Opinion? Contesting Austerity Through Social Media. Dalam M. Barisione & A. Michailidou (Ed.), *Social Media and European Politics* (hlm. 77–104). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5_4
- Berliansyah, D., Anisatur, U., & Alfaruq, H. A. (2024). Analisis Sentimen Pada Media Sosial Instagram Terhadap Akun Presiden Joko Widodo Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier. *Journal of Digital Innovation & Information Technology*, 1(1), Article 1.
- Dewati, P. P. P., & Sukardani, P. S. (2024). Analisis Sentimen Komentar Youtube Virtual Tour 360° Wisata Bali oleh Kemenparekraf. *The commercium*, 8(2), 146–153. <https://doi.org/10.26740/tc.v8i2.62511>
- Eriyanto, E. (2020). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(3), 167–178. <https://doi.org/10.7454/jki.v8i3.11591>
- Fitrah, Muh. & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian; Peneliltian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (1 ed.). CV Jejak.
- Gading, S. (2023, Desember 4). Diboikot, Penjualan Produk Diduga Pro Israel Anjlok Nyaris 50%. detikfinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7071112/diboikot-penjualan-produk-diduga-pro-israel-anjlok-nyaris-50>
- Ghatge, D., Irkal, M., Kenjale, S., Karande, S., Gawde, A., & Gawali, A. (2024). YouTube Comment Analyzer Using Sentimental Analysis. *International Research Journal on Advanced Engineering Hub (IRJAEH)*, 2(06), 1620–1624. <https://doi.org/10.47392/IRJAEH.2024.0222>
- Husna, M. B., & Gata, W. (2024). Analisis Sentimen Terhadap Layanan Aplikasi Jenius di Media Sosial Menggunakan Alogritma Long Short-Term Memory. *Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer*, 20(2), 793. <https://doi.org/10.35889/progresif.v20i2.1957>
- Kapol Multimedia. (2023, November 10). Danone Dikecam Seluruh Dunia, Aktif Dukung Rezim Apartheid Israel. *KAPOL.ID*. <https://kapol.id/danone-dikecam-seluruh-dunia-aktif-dukung-rezim-apartheid-israel/>

- Kelley, L. D., Jugenheimer, D. W., & Sheehan, K. B. (2015). *Advertising Media Planning: A Brand Management Approach* (Fourth edition). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kemp, S., DataReportal, & Kepios. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Kemp, S., DataReportal, & Kepios. (2025). *Digital 2025: Indonesia* (Digital Reports) [Survey digital reports Indonesia].
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (2 ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Kusumo, S. (2022). Penerapan Web Scraping Deskripsi Produk Menggunakan Selenium Python dan Framework Laravel. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3426–3435. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.2727>
- Mäntylä, M. V., Graziotin, D., & Kuuttila, M. (2018). The evolution of sentiment analysis—A review of research topics, venues, and top cited papers. *Computer Science Review*, 27, 16–32. <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2017.10.002>
- Marpaung, F. H. (2017). *Analisis Sentimen Opini Masyarakat Indonesia Mengenai Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Menggunakan Naïve Bayes Classifier* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/11785>
- Muhammad, A. A., & Prasvita, D. S. (2022). Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi Dana Berdasarkan Ulasan pada Google Play Menggunakan Metode Support Vector Machine. *Seminar Nasional Mahasiswa Bidang Ilmu Komputer dan Aplikasinya*, 03(2), 194–204.
- NielsenIQ. (2023, Juni 23). Consumer behaviors driving the future of e-commerce in Asia Pacific. *NIQ*. <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2023/consumer-behaviors-driving-the-future-of-e-commerce-in-asia-pacific/>
- NielsenIQ. (2024). Retail Spend Barometer Indonesia. *NIQ*.

<https://nielseniq.com/global/en/landing-page/retail-spend-barometer-indonesia/>

- Nursingah, L., Ruuhwan, R., & Mufizar, T. (2024). Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi X Terhadap Program Makan Siang Gratis dengan Metode Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4336>
- Nurzaman, N., Suarna, N., & Prihartono, W. (2024). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Threads di Google Playstore Menggunakan Algoritma Naive Bayes. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(1), 967–974. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i1.8708>
- Pratiwi, C., Komsiah, S., Yunarti, S., & Idaman, N. (2024). Pemanfaatan Iklan melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Pariwisata Di Indonesia. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2), Article 2. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/4007>
- Priatna, F. I., Fajri, W. H., Novariyanti, R. R., & Rizquloh, M. Z. (2024). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Konten Akun Instagram PSSI: Studi Kasus pada Reaksi Terhadap Postingan Terkini. *Jurnal Mahasiswa Sosial Humaniora*, 1(1), Article 1.
- Sari, D. P., Sutrisno, S., & Sijabat, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Layanan Perjalanan Pariwisata “Abrisam Tour.” *Journal of Management and Social Sciences*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i2.1167>
- Satibi, I. (2017). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Lemlit Unpas Press. <https://repository.unpas.ac.id/64367/1/Buku%20-%20Metode%20Penelitian%20Administrasi.pdf>
- Simon Kemp, Kepios, & DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report* (Digital Reports) [Survey digital reports Indonesia]. <https://indd.adobe.com/view/8892459e-f0f4-4cfd-bf47-f5da5728a5b5?allowFullscreen=true>
- Simon Kemp, Kepios, & DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia* (Digital Reports) [Survey digital reports Indonesia].

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

- Siregar, J. T. (2016). *Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Global Digital Niaga (blibli.com) dalam Membangun Citra Sebagai Perusahaan E-Commerce yang Keindonesiaan* [Universitas Islam Indonesia].
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/32772>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19 ed.). CV. Alfabeta.