

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. A., Fitri, R., & Zulyusri, Z. (2022). Persepsi Mengenai Pendidikan Seksual Pada Remaja: A Literature Review. *Khazanah Pendidikan*, 16(2), 111. <https://doi.org/10.30595/jkp.v16i2.14103>
- Ariani, D. A. (2024). Di Balik Stigma Menstruasi: Pengalaman perempuan Indonesia. *Bincang Perempuan*. <https://bincangperempuan.com/di-balik-stigma-menstruasi-pengalaman-perempuan-indonesia/>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 266–277. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Aulia S, S. (2022). *Analisis Resepsi Tentang Pendidikan Seksual pada Akun Instagram @tabu.id*.
- Asi, K.J.M, & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. *E-Proceeding of Management*, Bandung: 1-11.
- Bruess, C.E & Greenberg, J.S. (2004). *Sex Education Theory & Practices* (4th ed). Jones and Barlett Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=0MIIGcytuU4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Butsi, F. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55. <https://doi.org/https://doi.org/10.62144/jikq.v2i1.27>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chaffey, D. & Chadwick, F. E. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson.
- Choirudin, M. (2014). Urgensi Pendidikan Seks Sejak Dini dalam Belenggu Kekerasan Seksual Terhadap Anak (Sebuah Upaya Preventif dan Protektif). <https://www.scribd.com/doc/248987365/Urgensi-Pendidikan-Seks-Sejak-Dini-Sebuah-Upaya-Preventif-Dan-Protektif>
- Chumaira, A. (2024). Komodifikasi Konten Pendidikan Seks Sebagai Medium Komunikasi Pemasaran dalam Bidang Busana (Studi Kasus pada Brand @nipplets\_official).

- Creswell, J.W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches* (5th ed). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana "Pengantar Analisis Teks Media"*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.
- Erwin, E., Suade, Y. K. M., Tanesia, C. Y., Sharon, S., & Maichal, M. (2023). Customer Engagement Usaha Kuliner; Kontribusi Marketing Content dan Efek Viral Marketing Campaigns. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 383-397.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Hadi, I. P. (2009). Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1). <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.1-7>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2005). *Culture, Media, Language*. Taylor and Francis.
- Hawari, I. (2019). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @Indoclubbing. <https://repository.unair.ac.id/87292/>
- Irmayanti, N., & Zuroida, A. (2019). Pengembangan Model Pengetahuan Perilaku Seks Melalui Seks Education Untuk Siswa SMA. *Journal of Urban Sociology*, 2(1), 76. <https://doi.org/10.30742/jus.v2i1.612>
- Jatisidi, A., & Sebastian, K. (2022). Pemaknaan Khalayak Mengenai Brand Message Choco Drink (Studi Resepsi Konten Akun Instagram @Chocodrink.id). *Avant Garde*, 10(1), 99. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1796>
- Jensen, Klaus Bruhn, Jankowski, Nicholas W. (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Routledge.
- Justicia, R. (2016). Program Underwear Rules Untuk Mencegah Kekerasan Seksual pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 9(2), 217-232.
- Kamuri, K. J. (2021). Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Management*, 14(2), 225–238. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4784>

- Laura Simon & Kristian Daneback (2013) Adolescents' Use of the Internet for Sex Education: A Thematic and Critical Review of the Literature. *International Journal of Sexual Health*, 25(4), 305-319. <http://dx.doi.org/10.1080/19317611.2013.823899>
- Lee, D., Hosanagar, K., & Nair, H. S. (2018). Advertising Content and Consumer Engagement on Social Media: Evidence From Facebook. *Management Science*, 64(11), 5105–5131. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2902>.
- Macharani, A. P., & Arviani, H. (2023). Analisis Resepsi Karyawan Jakarta Terhadap Konten Media Sosial Instagram Kopi Tuku (Studi Kasus: Konten Media Sosial Instagram Kopi Tuku). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 8835-8846.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187–196
- Munawaroh, M. (2024). Pendidikan Seksual Bagi Remaja: Tantangan dan Harapan dari Perspektif Orang Tua. *Harakat an-Nisa Jurnal Studi Gender dan Anak*, 8(2), 53–66. <https://doi.org/10.30631/82.53-66>
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., dan Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019). ISBN 978-623-6634-41-7
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana
- Rahmatika, Q. T., & Rahman, L. O. A. (2019). Media sosial sebagai strategi promosi kesehatan reproduksi pada remaja. *Jurnal Kesehatan*, 8(1), 39. <https://doi.org/10.46815/jkanwvol8.v8i1.48>
- Saputra, A. M. A., Tawil, M. R., dkk (2023). *Pendidikan Karakter Di Era Milenial: Membangun Generasai Unggul Dengan Nilai-Nilai Positif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sihaloho, R. B. (2023). Peran Instagram Sebagai Media Pendidikan Seksual Bagi Remaja. *Prosiding Seminar Sastra Budaya Dan Bahasa (SEBAYA)*, 3, 203–212. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/sebaya/article/view/6984>

- Suryani, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 FM. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 67–76. <https://doi.org/10.31294/jkom.v11i1.7886>
- Toni, A., & Fajariko, D. (2018). Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism “Kill The Messenger.” *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.161>
- We Are Social. (2024, Januari 31). *Indonesian Digital Report 2024*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.
- Wikstrom, E., & Wigmo, J. 2010. Social Media Marketing – What Role Can Social Media Play as A Marketing Tool? [Bachelor Thesis, School of Computer Science, Physics, and Mathematics Linnæus University]. DivA Publishing.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y.M., Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2): 89-96. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Yong, N. (2022, January 20). This Initiative is Offering Free Period Pantry Kits to Raise Awareness. *ZULA*. <https://zula.sg/period-pantry-kits/>
- Zakiah, R., Prabandari, Y. S., & Triratnawati, A. (2018). Tabu, hambatan budaya pendidikan seksualitas dini pada anak. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 32(9), 323. <https://doi.org/10.22146/bkm.10557>