

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A.D., Rasyid, K.H., Azis, A., Taufik, M. & Sapan, A., 2022, Pemanfaatan Marketplace dalam Pengembangan Bisnis Kuliner pada Kelurahan Mappasiale Kabupaten PANGKEP, *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, **2** (2).
- Al Mamun, A.S.M., Islam, M.A., Malitha, J.M. & Hossain, M. G., 2020, Risk Factor behind Menstrual Disturbance of School Girls (Age 10 to 12 Years) in Rajshahi District, Bangladesh, *J Life Science*, **12** (1 –2), 49 – 59.
- Apriadi, D. & Saputra, A.Y., 2017, E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, **1** (2), 131 – 136.
- Artinus, F., Gurning, S.T. & Oktavian, R., 2023, Dramatisasi Tipe Shot pada Iklan Pond's for Men Edisi The Oily Warrior, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, **6** (2), 71 – 87.
- Aziza, N., 2023, *Metodologi Penelitian 1*, Media Sains Indonesia, Bandung.
- Bahrin, S., Alifah, S. & Mulyono, S., 2017, Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web, *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika*, **2** (2), 81 – 88.
- Bajalan, Z., Alimoradi, Z. & Moafi, F., 2019, Nutrition as a Potential Factor of Primary Dysmenorrhea : A Sypsemastic Review of Observational Studies, *Gynecologic and Obstretic Investigation*, **84**, 209 – 224.
- Blibli, 2024, Cara Pintar dan Aman Pilih Supplier Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan, <https://seller.blibli.com/learning/news/ART-20757/cara-pintar-dan-aman-pilih-supplier>, 1 Desember 2024.
- BPOM, 2004, Keputusan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.2411 tentang Ketentuan Pokok Pengelompokan dan Penandaan Obat Bahan Alam Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2021, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 tahun 2021 tentang Pedoman Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetika, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2022^a, Wujudkan Kemandirian Nasional Penyediaan Bahan Baku yang Bermutu untuk Obat Bahan Alam yang Berdaya Saing, <https://www.pom.go.id/siaran-pers/wujudkan-kemandirian-nasional->

penyediaan-bahan-baku-yang-bermutu-untuk-obat-bahan-alam-yang-berdaya-saing, 13 Juni 2024.

BPOM, 2022^b, Badan POM Luncurkan Program Zona Ramah Promosi Online Bagi UMK OT dan SK, <https://www.pom.go.id/berita/badan-pom-luncurkan-program-zona-ramah-promosi-online-bagi-umk-ot-dan-sk>, 13 Juni 2024.

BPOM, 2022^c, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.

BPOM, 2022^d, Konsultasi Publik Rancangan Peraturan BPOM tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan, Direktorat Standardisasi OTSK Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.

BPOM, 2023, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 tahun 2023 tentang Kriteria dan Tata Laksana Registrasi Obat Bahan Alam, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.

BPOM, 2023^b, Laporan Tahunan, Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik.

BPOM, 2024, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 10 tahun 2024 tentang Penandaan Obat Bahan Alam, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.

BPOM, 2024^b, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 14 tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan secara Daring, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.

Cahyadi, D., 2023, Konsep Dasar Desain Iklan Eksperimental: Berhasil atau Tidak Sebuah Iklan, *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, **10** (3), 265 – 282.

Dewi, R.S. & Jabbar, M.D., 2021, Pengetahuan Masyarakat tentang Aplikasi CEK-KLIK BPOM pada Obat Tradisional di Kubang Jaya Kampar, *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia*, **10** (2), 7 – 11.

Fauzi, H., Wardani, W.G.W. & Purnengsih, I., 2022, Kajian Desain Media Promosi sebagai Strategi Pemasaran di SMK Setia Negara Depok, *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, **4** (3), 279 – 293.

Hartini, W.M. & Ismiyati, 2017, Persepsi Pelaku Aborsi dengan Penyalahgunaan Obat-Obatan tentang Bahayanya, *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Setya Medika*, **2**, 45 – 56.

- Ilham, M.A., Islamy, N., Hamidi, S. & Sari, R.D.P., 2023, Gangguan Siklus Menstruasi Pada Remaja : Literature Review, *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, **5** (1), 185 – 192.
- Jabat, D.E.B., Tarigan, L.L., Purba, M., dan Purba, M., 2022, Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace sebagai Upaya Peningkatan Penjualan, *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi*, **2** (2), 16 –21.
- Krisnawati, R.M., Atiqah, A.N.Q.N., dan Javananda, J.A.V., 2023, Analisis Iklan Sirup Marjan dalam Mendapatkan Atensi Publik, dalam *Seminar Nasional 2023*, 720 – 731, Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa, Surabaya.
- Kusteja, N.F., Herliani, Y. & Khairiyah, 2018, Kunyit Asam Efektif Mengurangi Nyeri Dismenorea, *Jurnal Kebidanan dan Keperawatan 'Aisyiyah*, **15** (1), 62 – 67.
- Lestari, D.R., Citrawati, M. & Hardini, N., 2018, Hubungan Aktivitas Fisik dan Kualitas Tidur dengan Dismenorea pada Mahasiswi FK UPN “Veteran” Jakarta, *Majalah Kedokteran Andalas*, **41** (2), 48 – 58.
- Ma’rifah, I., Wardhani, B.R.I., Rizqi, E.I., dan Kustiningsih, N., 2022, Pengaruh Marketplace dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif pada UMKM D’Elixir, *Jurnal Akuntansi*, **2** (2), 349 – 356.
- Mau, F., Supargiyono, & Murhandarwati, E.E.H., 2015, Koefisien Kappa sebagai Indeks Kesepakatan Hasil Diagnosis Mikroskopis Malaria di Kabupaten Belu Nusa Tenggara Timur, *Buletin Penelitian Kesehatan*, **43** (2), 117 – 124.
- Menteri Kesehatan RI, 1994, Keputusan Menteri Kesehatan Indonesia Nomor: 386/MENKES/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan: Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga dan Makanan-Minuman, Menteri Kesehatan, Jakarta.
- Mukhlisa, N., 2023, Validitas Tes, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Sekolah Dasar*, **2** (1), 142 – 147.
- Oktaviani, A.R., Takwiman, A., Santoso, D.A.T., Hanaratri, E.O., Damayanti, E., Maghfiroh, L., Putri, M.M., Maharani, N.A., Maulida, R., Oktadela, V.A. & Yuda, A., 2021, Pengetahuan dan Pemilihan Obat Tradisional oleh Ibu-ibu di Surabaya, *Jurnal Farmasi Komunitas*, **8** (1), 1 – 8.
- Pambudi, D.B. & Kholidah, N., 2020, Aspek Hukum Mengenai Penayangan Periklanan Pengobatan dan Kesehatan Tradisional berdasarkan Regulasi di Indonesia, *The 11th Univerpsity Research Colloquium 2020*, 193 – 198.

- Parlika, R., Yuniahans, P.D.W.G., Arhinza, R.S., Majid, V.F., dan Alifian, M.G., 2022, Uji Validitas Aplikasi SI-BOOK menggunakan SPSS dengan Kombinasi Metode R-Tabel dan Cohen's Kappa, *Jurnal Teknologi Informasi*, **16** (2), 121 – 133.
- Priyana, P., 2023, Sosialisasi Bahaya Obat Kimia pada Obat Jamu Tradisional Dipandang dari Aspek Hukum Kesehatan, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, **3** (1), 186 – 197.
- Ratiwi, Anggriani, R.A., Mawati, W.A. & Hasan, Z., 2024, Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Transparansi Transaksi dalam Jual Beli Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan, *Neraca Manajemen*, **5** (9), 1 – 12.
- Richadinata, K.R.P. & Astitiani, N.L.P.S., 2021, Pengaruh Iklan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional, *E-Jurnal Manajemen*, **10** (2), 188 – 208.
- Sangkaen, A. & Sumarauw, T., 2022, Dampak Psikologis Iklan Obat Herbal di Media Sosial terhadap Kaum Pria Usia 50 Tahun, *Humanlight Journal of Psychology*, **3** (2), 63 – 70.
- Saputra, M. & Rufai, A., 2018, Analisis Popularitas Website untuk Meningkatkan Business Intelligence menggunakan Similar Web, *Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis 2018*, Bandar Lampung, 14 Agustus 2018, 345 – 355.
- Saputro, W. & Fajri, M., 2022, Tak Sesuai Ketentuan, Ratusan Ribu Iklan Online Obat dan Suplemen Dibabat BPOM, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/tak-sesuai-ketentuan-ratusan-ribu-iklan-online-obat-dan-suplemen-dibabat-bpom-1y9lSha1HiS/full>, 13 Juni 2024.
- Sedgh, G. & Ball, H., 2008, Abortion in Indonesia, *Guttmacher Institute*, **2**, 1 – 6.
- Shopee, 2022, Ketentuan Iklan dan Legalitas Produk Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17051>, 1 Desember 2024.
- Shopee, 2024, Syarat Layanan, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187-Syarat-Layanan>, 1 Desember 2024.
- Sihite, I.Y.S. & Pangestu, R.S.W, 2021, Penggunaan Media Periklanan Luar Ruangan di Masa Pandemi COVID-19, *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, **6** (2), 10 – 23.
- Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

- Tokopedia, 2024, Terms & Conditions, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id>, 1 Desember 2024.
- Turisno, B.E., 2012, Perlindungan Konsumen dalam Iklan Obat, *MMH*, **41** (1), 20 – 28.
- Ulaa, M., Amanda, D.S. & Murbiah, 2022, Pengaruh Minuman Kunyit Asam Jawa terhadap Dismenore Primer pada Remaja Putri, *Jurnal Ilmu Keperawatan dan Kebidanan*, **13** (1), 21 – 26.
- Ulfa, A. & Syam, H.M., 2017, Pelanggaran Pedoman Periklanan Obat Tradisional Menteri Kesehatan oleh Media Cetak Di Aceh (Studi Kasus Media Cetak Harian Serambi Indonesia), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsiyah*, **1** (1), 1 – 15.
- Widyanthi, N.M., Resiyanthi, N.K.A. & Prihatiningsih, D., 2021, Gambaran Penanganan Dismenorea Secara Non Farmakologi Pada Remaja Kelas X di SMA Dwijendra Denpasar, *Jurnal Inovasi Penelitian*, **2** (6), 1745 – 1756.
- Wijoseno, A., Wijiastuti, S. & Purwanto, A., 2021, Pengaruh Visualisasi Iklan TV terhadap Keputusan Pembelian Makanan “Produk Indofood” pada Masyarakat Desa Ngreden Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten, *Jurnal Ganeshwara*, **1** (2), 1 – 10.
- Yustiani, R. & Yunanto, R., 2017, Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi, *Jurnal Imiah Komputer dan Informatika*, **6** (2), 43 – 48.
- Veratrisna & Nurfitri, 2023, Regulasi Iklan di Indonesia sebagai Media Promosi Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan, *HEALTHY: Jurnal Inovasi Riset Ilmu Kesehatan*, **2** (2), 162 – 177.
- Widyorini, S.R., 2020, Advertisement and Publication Health Service, *International Conference on Law, Economics, and Health*, **140**, 406 – 410.
- Zellatifanny, C.M. & Mudjiyanto, B., 2018, Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi, *Jurnal Diakom*, **1** (2), 83 – 90.