

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, R. S. (2018). Kampanye “Yuk Nabung Saham” IDX Untuk Mengubah Mindset Saving Society Menjadi Investing Society. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 93–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v9i1.3705>
- Anna, L. K. (2021, October 8). Kesadaran Orang Indonesia Pakai Sunscreen Rendah. *Kompas.Com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/08/204238520/kesadaran-orang-indonesia-pakai-sunscreen-rendah>
- BPOM. (2009). *Badan Pengawas Obat dan Makanan: Vol. Naturakos IV/No. 11* (11th ed.). Naturakos.
- Barbour, J. B., Jacocks, C. W., & Wesner, K. J. (2013). The Message Design Logics of Organizational Change. *Communication Monographs*, 80(3), 354–378. <https://doi.org/10.1080/03637751.2013.788251>
- Breves, P. (2023). Persuasive Communication and Spatial Presence: A Systematic Literature Review and Conceptual Model. *Annals of the International Communication Association*, 47(2), 222–241. <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2169952>
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (1st ed.). Kencana.
- Carepeboka, D. I. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. ANDI.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Data Riset* (3rd ed.). Pustaka Belajar.
- DeVito, J. A. (2006). *Communicology: An Introduction to Study of Communication*. Thomson Wadsworth.
- Dilla, A. N., & Candraningrum, D. A. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi*, 3(1), 199–206. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/6204>
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.22202/mamangan.1886>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi* (A. Holid, Ed.). Remaja Rosdakarya .
- Hujjah, S., & Siahaan, S. (2022). Pengetahuan Sikap dan Perilaku Anak Remaja Usia 15-18 Tahun terhadap Penggunaan Sunscreen di SMK Kesehatan Yannas Husada Bangkalan. *Jurnal Health Sains*, 3(1), 117–128. <https://doi.org/10.46799/jhs.v3i1.404>

- Humas BMKG. (2023). Indeks Sinar Ultraviolet (UV). *Badan Meteorologi, Klimatologi, Dan Geofisika*.
- Humas Kemenperin. (2020, January 27). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Jayawardena, N. S. (2021). The E-Learning Persuasion Through Gamification: An Elaboration Likelihood Model Perspective. *Young Consumers*, 22(3), 480–502.
- Karoline, R., Sunarto, S., Jamalullail, J., & Ariani, N. (2023). Elaboration Likelihood Model (ELM) As Interpersonal Communication in Persuading Consumers in the Era of Disruption. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(4), 1048–1054. <https://doi.org/10.38142/ijess.v4i4.657>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenada Media Group.
- Larson, C. U. (2009). *Persuasion: Reception and Responsibility* (12th ed.). Cengage Learning.
- Littlejohn, S. W., & Foss, Karen A. (2009). *Theories of Human Communication*, 9th ed. (R. Oktafiani, Ed.). Salemba Humanika.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (Second Edition). SAGE Publications.
- Minerva, P. (2019). Penggunaan Tabir Surya bagi Kesehatan Kulit. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 11(1), 87–93. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss1/619>
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mumtazah, E. F., Salsabila, S., Lestari, E. S., Rohmatin, A. K., Ismi, A. N., Rahmah, H. A., Mugiarto, D., Daryanto, I., Billah, M., Salim, O. S., Damaris, A. R., Astra, A. D., Zainudin, L. B., & Ahmad, G. N. V. (2020). Pengetahuan Mengenai Sunscreen dan Bahaya Paparan Sinar Matahari serta Perilaku Mahasiswa Teknik Sipil terhadap Penggunaan Sunscreen. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(2), 63. <https://doi.org/10.20473/jfk.v7i2.21807>
- Nabilla, N. F. A., & Afifi, S. (2023). Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Celebrity Endorser terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares). *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(1). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art5>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Surabaya.

- O’Keefe, B. J., & McCornack, S. A. (1987). Message Design Logic and Message Goal Structure Effects on Perceptions of Message Quality in Regulatory Communication Situations. *Human Communication Research*, 14(1), 68–92. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1987.tb00122.x>
- O’neill, K. S., Hynes, G. E., & Barrett, M. A. (2016). Message Design Logics Theory: Testing The Effectiveness of Rhetorical Messages. In *Federation of Business Disciplines Journal* (Vol. 4).
- Perloff, R. M. (2010). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (4th ed.). Routledge.
- Pratiwi, A. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Consumer Preference terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya). *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3298–3304. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.844>
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Safitri, I., & Ali Mauludi. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Emina Cosmetics pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung Angkatan tahun 2018. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3). <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3398>
- Setyawan, D., Noliana, M. S. P., & Yulandari, A. (2021). Efek Kredibilitas dan Kemenarikan Selebgram dalam Mempengaruhi Niat Beli Konsumen. *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 3(2), 108–119. <https://doi.org/10.36067/jbis.v3i2.105>
- Skubisz, C. (2023). Persuasive Communication Strategies in Breast Self-Awareness Messages: An International Perspective. In *International Journal of Communication* (Vol. 17). <http://ijoc.org>.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- Tanesib, A. M., Daga, L. L., & Hana, F. T. (2020). Komunikasi Kesehatan dalam Komunitas TeBe-RK (Studi Kasus Pembentukan Pesan Kesehatan Seksual Reproduksi Remaja oleh Komunitas TeBe-Rk). *Undana Press Universitas Nusa Cendana*, 42–48.
- Wadoe, M., Syifaudin, D. S., Alfianna, W., Aifa, F. F., D. P., N., Savitri, R. A., Andri, M. D., Ikhsan, N. D. M., Manggala, A., Fauzi, I. Q. K., Ayu, N., Mutrikah, M., & Sulistyarini, A. (2020). Penggunaan dan Pengetahuan Sunscreen pada Mahasiswa UNAIR. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jfk.v6i1.21821>

- Widianti, N. (2019, March 22). *Perjalanan Emina Selama 4 Tahun Mewarnai Industri Kecantikan Tanah Air*. BeautyJournal.Id. <https://journal.sociolla.com/beauty/perjalanan-emina-selama-4-tahun>
- Yasin, M., Junaedi, I., & Cahyono, E. (2013). Gaya Komunikasi Guru Matematika ditinjau dari Teori Komunikasi Logika Desain Pesan. *Unnes Journal of Mathematics Education Research*, 2(2), 76–82.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (E. Wells, Ed.; 6th ed.). SAGE Publications.