

DAFTAR PUSTAKA

- Adistie, F., Lumbantobing, V., & Maryam, N. (2018). Pemberdayaan Kader Kesehatan Dalam Deteksi Dini Stunting dan Stimulasi Tumbuh Kembang pada Balita. *Media Karya Kesehatan*, 1(2), 173–184. <https://doi.org/10.24198/mkk.v1i2.18863>
- Afifa, I. (2019). Kinerja Kader dalam Pencegahan Stunting : Peran Lama Kerja sebagai Kader , Pengetahuan dan Motivasi. *Jurnal Kedokteran Brawijaya*, 30(4), 336–341.
- Ajismanto, F., & Widyanto, A. (2020, October 27). The Effect of Social Media Effectiveness on MSMEs Marketing. *2020 2nd International Conference on Cybernetics and Intelligent System, ICORIS 2020*. <https://doi.org/10.1109/ICORIS50180.2020.9320836>
- Bakri, B., & Stevany Limonu, H. (2020). PENGGUNAAN ALAT KB PADA WANITA KAWIN DI PERDESAAN DAN PERKOTAAN (Studi Hasil SDKI 2017 Provinsi Gorontalo) (THE USE OF CONTRACEPTION IN MARRIED WOMEN IN RURAL AND URBANS AREAS (A Study of IDHS 2017 of Gorontalo Province)). In *Jurnal Kependudukan Indonesia /* (Vol. 15, Issue 1).
- Diah Indriani Departemen Biostatistika dan Kependudukan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga Jl Mulyorejo Kampus Unair Surabaya, S. C., & Korespondensi, A. (n.d.). *Pengaruh Keinginan Pasangan Usia Subur (Pus) dalam Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang*.
- Erminati Pancaningrum, & Wahyu Ari Rahayu. (2017). The Effectiveness of Facebook as an Advertising Strategic Method Using EPIC: A Case Study of Mie Jupe Jombang. *Chinese Business Review*, 16(7). <https://doi.org/10.17265/1537-1506/2017.07.001>
- Genep Sukendro, G. (n.d.) (2022). *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat “Adaptasi Kebiasaan Baru Cegah Covid-19 di Fasilitas Olahraga” dalam Media YouTube*.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 2407–7658. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji>
- Martono, S., & Budiarjo, H. (2021). *Analisis Efektivitas Iklan Lembaga Pendidikan Tinggi Melalui Media Sosial Tiktok Dengan Pendekatan Epic Model*. 25(1), 25. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1173>

- Munandar, B. (2017). PERAN INFORMASI KELUARGA BERENCANA PADA PERSEPSI DALAM PRAKTIK KELUARGA BERENCANA. In *Jurnal Swarnabhumi* (Vol. 2, Issue 1).
- Ngaisyah, R., & Adiputra, A. (2018). Pemberdayaan Kader Posyandu untuk Perbaikan Pola Konsumsi terhadap Nugget Ikan dan Abon Ikan sebagai Alternatif Penurunan Stunting Balita di Desa Kanigoro, Saptosari, Gunungkidul. In *Prosiding Seminar Nasional Seri 8* (pp. 217–226).
- Noverri Putra, A., Noviyanto, I., PChristover, A., Meruya Selatan No, J., & Barat, J. (2018). Analysis the Effectiveness Instagram Advertising of Steeze's Clothing Product Using Epic Model and Influence on Consumers Buying Interest. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 3, Issue 11). www.ijisrt.com
- Nurmahdalena, A., Display, D., Berencana, P. K., & Belakang, L. (2016). *Dalam Pengendalian Pertumbuhan Penduduk*. 4(4), 4869–4881.
- Pancaningrum, E. (n.d.). *Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi*.
- Pancaningrum, E., & Hidayati, N. (n.d.). *EFEKTIVITAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT GERAKAN NASIONAL WIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI KOTA JOMBANG*.
- Samuel, I., Mandas, T., Deisy, F., Lengkong, J., & Ruru, J. (n.d.). *EVALUASI KEBIJAKAN KEPENDUDUKAN PROGRAM KELUARGA BERENCANA DI PROVINSI SULAWESI UTARA (Studi di BKKBN Prov. Sulawesi Utara)*.
- Setiawan, Y. B., & Fanani, F. (2017). MEMAHAMI WACANA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BKKBN JAWA TENGAH UNDERSTANDING CENTRAL JAVA BKKBN DISCOURSE ON THEIR PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT. In *THE MESSENGER* (Vol. 9, Issue 1).
- Susanti, H. A. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN)*. <http://jatim.bkkbn.go.id/>
- Tentama, F., Dwi, H., Delfores, L., Wicaksono, A. E., Fatonah, S. F., Dahlan, U. A., Kapas No, J., & Yogyakarta, S. (2018). *PENGUATAN KELUARGA SEBAGAI UPAYA MENEKAN ANGKA STUNTING DALAM PROGRAM KEPENDUDUKAN, KELUARGA BERENCANA DAN PEMBANGUNAN KELUARGA (KKBPK)* (Vol. 2, Issue 1). <http://kominfo.Kulon>

- Tripiawan, W., Amani, H., & Wijaya, A. T. (2019). Effectiveness Analysis of Social Media Ads as A Promotional Media (Case Study: Instagram Taya.Id). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 505(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/505/1/012095>
- Triyanti, M., Widagdo, L., & Syamsulhuda, B. (2017). *Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Kader Pemantauan Tumbuh Kembang Balita di Posyandu dengan Metode BBM dan Mind Mapping (MM)*. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 12(2), 265. <https://doi.org/10.14710/jpki.12.2.265-277>
- Utami, F. P., Matahari, R., & Sugiharti, S. (2020). Populasi Akses Pasangan Usia Subur (PUS) Miskin terhadap Informasi Keluarga Berencana (KB) di Kota Yogyakarta Abstrak *Poor Couples of Childbearing Age Access to Family Planning Information in Yogyakarta City Abstract*. 28, 63–77.
- Yang, F.-F., Penundaan...], M., Indraswari, R. R., Risni, D., Yuhan, J., & Ruri Indraswari, R. (2017). JURNAL KEPENDUDUKAN INDONESIA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENUNDAAN KELAHIRAN ANAK PERTAMA DI WILAYAH PERDESAAN INDONESIA: ANALISIS DATA SDKI 2012 (FACTORS AFFECTING THE DELAY FIRST BIRTH IN RURAL INDONESIA: AN ANALYSIS OF THE 2012 IDHS). *Jurnal Kependudukan Indonesia* /, 12(Juni), 1–1