

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Enterprise, J. (2013). *Berburu Uang Dengan Twitter*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Produksi Televisi- Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan, Komunikasi sebagai Ilmu*. Jakarta: Kencana.
- Riduwan. (2015). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Tania, A. S. R., dkk (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya. Inteligensia Media*. Malang: Itelegensia Media.

Jurnal

- Adrian, S. W., & Nurhayati, I. K. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Youtube Ramayana Ramadan 2017 Versi Bahagiannya Adalah Bahagiaku Terhadap Citra Merek*. EProceedings of Management, 5(1), 1474.
- Akkas, N. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada P.T. Hadji Kalla Cabang Palu*. Katalogis, 4(1), 25. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1322206>
- Angga Rakadiwak Tusan, Ido Prijana Hadi, D. B. (2003). *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi*.
- Ariesda, T. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Frestea di Televisi dan Terpaan Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea*.
- Atmajaya, A. (2017). *Pengaruh Terpaan Tayangan Customs Protection Di Net Tv Terhadap Citra Direktorat Jendral Bea Cukai*. 14.
- Fatma Izzatussayidati, T. P. (2017). *Hubungan antara Terpaan Berita Negatif BPJS Kesehatan di Media Massa dan Intensitas Komunikasi Word of Mouth di Masyarakat dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan*. BMC Public Health, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471->

- 2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P
- Fitri, AinalFitri, A. (2015). *Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial*. *Jurnal Interaksi*1, 4(1), 101–108.
- Fung, T. K. F., Yan, W., & Akin, H. (2018). *In the eye of the beholder: How news media exposure and audience schema affect the image of the United States among the Chinese public*. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(3), 443–472. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edx010>
- Hamid, A. M., & Tamam, E. (2018). *The mediation of HIV/AIDS knowledge in the effect of media exposure on attitude and practice on the syndrome: A cross sectional study of adolescent islamiyya girls in North-east Nigeria*. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(4), 2657–2675. <http://e-resources.perpusnas.go.id:2087/eds/viewarticle/render?data=dGJyMPPp44rp2%2FdV0%2Bnjisfk5Ie45PFIRqm3SbKk63nn5Kx94um%2BSbClsFCtqK5K rpa2Uq6vuEuzlr9lpOrweezp33vy3%2B2G59q7Ua6ttE%2BxqbU%2B8d%2 FiVeGt403gqK9Mq6mzUeCjsk7h2qt5tqewRban40%2FkqbZ9r9yuS77p44v>
- Husnusyifa, A. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar)*. *IDEA: Jurnal Humaniora*, 2(2), 120–133.
- Latifa, V. (2015). *Peranan Hubungan Masyarakat dalam Mempertahankan Citra Positif*.
- Lee, S. S., Kim, Y., & Roh, T. (2019). *Modified pyramid of CSR for corporate image and customer loyalty: Focusing on the moderating role of the CSR experience*. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174745>
- Liu, C., & Liu, Y. (2020). *Media exposure and anxiety during covid-19: The mediation effect of media vicarious traumatization*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijerph17134720>
- Livia, A., Gladys, G., & Wijaya, S. (2020). *Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Di Hotel Dan Pengaruhnya Terhadap Citra Merek Dan Kesetiaan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 71–81. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.2.71-81>
- Noor, F. (2017). *Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan Dalam Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pt. Arwaniyyah Tour & Travel)*. 10–40.
- Puspita, R., & Suciati, T. N. (2020). *Mobile Phone dan Media Sosial: Penggunaan dan Tantangannya pada Jurnalisme Online Indonesia. Ekspresi Dan Persepsi*. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/article/view/1781>
- Ratih, A. . A. (2020). *Pentingnya Kepercayaan Pelanggan ; Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan*. Lakeisha.
- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157–164.

- Rizkiani, A. (2019). *Pengaruh Terpaan Konten Kriminalitas Di Akun Instagram @Medantalk Terhadap Citra Kota Medan*. 7–37.
- Robinson, T. N., Banda, J. A., Hale, L., Lu, A. S., Fleming-Milici, F., Calvert, S. L., & Wartella, E. (2017). *Screen media exposure and obesity in children and adolescents*. *Pediatrics*, *140*(November 2017), S97–S101. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758K>
- Roos, A. dkk. (2021). *Pengaruh Terpaan Berita Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Terpaan E-Word of Mouth Terhadap Citra Tokopedia*. 59(9–10).
- Setiandini, A. (2015). *Pengaruh Terpaan Berita Negatif Joko Widodo di Media Massa dan Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan) terhadap Citra Joko Widodo sebagai Presiden RI*. 14030111140144.
- Sparta, D., & Rheadanti, D. K. (2019). *Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI*. *Equity*, *22*(1), 12. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Trie Astuti Adharyani, M. Y. (2018). *Pengaruh Terpaan Berita Kasus SARA dalam Materi Stand Up Comedy di Media Online dan Persepsi Individu Tentang Kasus SARA Terhadap Citra Komika Stand Up Comedy Indonesia*. 1–10.
- Yayuk Miranti, Dr. Alamsyah Taher, M. S. (2019). *Pengaruh Pemberitaan Serambinews.com Tentang Bayi Meninggal di RSUD Singkil Terhadap Citra Rumah Sakit (Studi Pada Masyarakat Desa Rimo-Aceh Singkil)*. 4(3), 1–12.
- Yogiyanti, N. (2019). *Hubungan Terpaan Iklan dan Citra Merek Bukalapak dengan Keputusan Pembelian Produk di Bukalapak*.
- Zen, Y. F. (2019). *Pengaruh Terpaan Berita Kecelakaan Pesawat Lion Air Jt 610 Di Media Internet Terhadap Citra Jasa Penerbangan Lion Air*. 6, 1–12.

Website

- CrM-indonesia.com. (2017). *5 Kesalahan yang dapat memperburuk reputasi Perusahaan Anda*. <http://crm-indonesia.com/5-kesalahan-yang-dapat-memperburuk-reputasi-perusahaan-anda/>
- Databoks.katadata.co.id. (2020). *Waktu Penggunaan Media Sosial per hari se Asia. 2020*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/25/penduduk-indonesia-gunakan-media-sosial-33-jam-per-hari?_cf_chl_jschl_tk__=e1ae6cea2c066cec4046dae37392a319330cab42-1624512088-0-AWu5ehicrpkxej_aSTgAJAQgC3UjhiN4LaJWthSqchfWGWga0_JoTukGI NEHcr7L_1qOb
- hashtagify.me. (2021). *Results for: #StopBeliEsKrimAice on Hashtagify.me*. <https://hashtagify.me/hashtag/stopbelieskrimaice>
- Hootsuite, W. A. S. &. (2020). *Digital 2020 Global Digital Overview. Data Reportal*, 247. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Idntimes.com. (2017). *7 Es Krim Terfavorit di Indonesia, Bikin Lidah Melting!* <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/birgitta-angie/7-merek-es-krim-terfavorit/7>

- Kemahasiswaan, A. (2020). *REKAP IPS IPK*.
- Kominfo.go.id. (2020). *Penggunaan Internet Naik 40% Saat Bekerja dan Belajar dari Rumah*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/25881/penggunaan-internet-naik-40-saat-bekerja-dan-belajar-dari-rumah/0/berita_satker
- Panji, A. R. dan A. (2019). *Alasan Main Twitter Lebih Asyik Dibandingkan Facebook dan Instagram*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparantech/alasan-main-twitter-lebih-asyik-dibandingkan-facebook-dan-instagram-1qvDyUGOUI/full>
- PT. Alpen Food Industry. (2019). *Website Aice*.
- Sarinah. (2020). *Isi Tweet @Sherrrinn*. <https://twitter.com/sherrrinn/status/1232577388837404672>
- www.fsedar.org. (2020). *Rangkuman Kasus Buruh*.
- Zaenudin, A. (2017). *Perkembangan Media Sosial*. http://yunisharayy.blogspot.co.id/2016/04/perkembangan-media-sosial_9.html