

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. L. P. (2018). *Media Televisi Di Era Internet. 02*(Volume 2, Nomor 1, Maret 2018, Hal. 101-110).
- Agus, M. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?* PT. Gramedia Pustaka.
- Agustiningrum, F. A. A. P. R. H. (2017). Hierarki Efek Model Pada Tayangan Iklan Youtube. *Jurnal Komunikasi, 02*(2).
<https://media.neliti.com/media/publications/295613-hierarki-efek-model-pada-tayangan-iklan-f09fa244.pdf>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arum Faiza, Sabila J Firda, D. (2018). *Arus Metamorfosa Milenial*. Ernest.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=1lZZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=generasi+milenial+dan+teknologi&ots=3o1D4oLKXn&sig=kXt5_kMoP6pfd6aGaXAIIldJsiOQ&redir_esc=y#v=onepage&q=generasi+milenial+dan+teknologi&f=false
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Belajar.
- Baskoro A P. (2008). *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Pustaka Utama Grafiti.
- Covid19.go.id. (2020). *Data Sebaran Covid-19*. <https://covid19.go.id/>
- Databoks. (2016). *Televisi Masih Menjadi Media Favorit Masyarakat*.
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/10/televisi-masih-menjadi-media-favorit-masyarakat#:~:text=Televisi memiliki kelebihan yang sangat,akses utama untuk mendapatkan informasi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/10/televisi-masih-menjadi-media-favorit-masyarakat#:~:text=Televisi+memiliki+kelebihan+yang+sangat,akses+utama+untuk+mendapatkan+informasi)
- Effendy, N. (1998). *Dasar-Dasar Kesehatan Masyarakat*. Buku Kedokteran.
- Ernungtyas, I. & R. E. & N. F. (2016). Efek Iklan Televisi Program Keluarga Berencana. *Jurnal Komunikasi, 8*(1), 12–24.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

- Fachrurozi, K. M. & A. (2016). Analisis Sikap Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Bank Sampah (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Bahagia Bekasi Utara). *JURNAL ILMIAH EKONOMI MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN "OPTIMAL," •VOL.10, N.*
- Fatma, S. K. (2013). Hubungan Antara Terpaan Tweet Iklan pada Akun Twitter @infotembalang dan Brand Awareness @CalzoneUp dengan Minat Beli Masyarakat. *ILMU KOMUNIKASI*.
- Fitrianti, A. (2017). Terpaan Pesan Iklan Anti Kekerasan Radio Prambors Dan Interaksi Peer Group Terhadap Sikap Anti Kekerasan Remaja. *JURNAL THE MESSENGER*, 9(2).
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1–82.
- Johnson., M. L. & C. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana Prenada Media.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P. K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lawancovid19.tangerangselatankota., & go.id. (n.d.). *INFORMASI TERKAIT COVID-19*. <https://Lawancovid19.Tangerangselatankota.Go.Id/>.
- Mahesthi, A. P. (2017). *Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Iklan AirAsia "We'll Take You There" di Televisi*. VOL 5. NO.
- Maulida, D. R. I. & Z. (2017). Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild di Kota Langsa). *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, 1(2).
<https://core.ac.uk/download/pdf/327252071.pdf>
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan W. W. (2011). *Advertising* (8th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Narimawati, U. (2008). *Teknik Sampling: Teori dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15*. Gava Media.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL" DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

- Nuradi. (1996). *Kamus Istilah Periklanan Indonesia* (1st ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
<https://onesearch.id/Record/IOS3928.INLIS0000000000011401/Description>
- Organization, W. H. (2020). *WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*.
<https://covid19.who.int/>
- Pratiwi, R. D. (2010). *Tingkat Kesadaran Masyarakat dalam Perencanaan Keuangan Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Masyarakat Kelurahan Cempaka Putih Ciputat)*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Pratomo, B. A. (2008). *Analisis Hubungan Terpaan Iklan Esia Versi 299ribu dengan Keputusan Pembelian (Studi eksplanatory tentang efek iklan di kalangan mahasiswa FISIP UI)*. Universitas Indonesia.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Penerbit Andi.
- Rahmi, M. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia #Suaratanparokok Di Televisi Terhadap Perilaku Adiksi Perokok (Survei pada pengikut akun Instagram @suara_tanpa_rokok)*.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Republika.co.id. (2020). *Jumlah Penonton Televisi Naik 12% sejak Ada PSBB dan WFH*. Republika.Co.Id.
<https://republika.co.id/berita/qa95lh2217000/jumlah-penonton-televisi-naik-12-sejak-ada-psbb-dan-wfh>
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Santoso, H. (2015). *Upaya Meningkatkan Minat Dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat*.
- Saputra, A. D. (2018). *Dampak Terpaan Iklan Global Warming Terhadap Perilaku Masyarakat Modern (Survei Terhadap Warga Kelurahan Bangka, Jakarta Selatan)*.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Siregar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* No Title. Prenadamedia Group.
- Siregar, S. (2013). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. PT Rajagrafindo.
- Sriwidodo, A. S. S. (2021). *Microneedle: Teknologi Baru Penghantar Vaksin Covid-19*. 06(01).
- Sugiarto, M. T. H. (2013). Pemanfaatan Media Massa oleh PT. Bina Mahasiswa Indonesia sebagai Strategi Pemasaran Liga Mahasiswa (LIMA). *Media Ilmu Keolahragaan Indonesi*, 3(Volume 3. Nomor 2. Edisi Desember 2013. ISSN: 2088-6802). file:///C:/Users/User/Downloads/4382-9216-1-SM.pdf
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Yuliana, Y. (2020). Corona virus diseases (Covid-19): Sebuah tinjauan literatur. *Wellness And Healthy Magazine*, 2(1).
- Data Sebaran Covid-19*. (2020). <https://covid19.go.id/> diakses pada 5 desember 2020
- Laraspati, A. (2020). Hasil Survei Tunjukkan Kesadaran Masyarakat soal Pencegahan COVID-19. Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-5243808/hasil-survei-tunjukkan-kesadaran-masyarakat-soal-pencegahan-Covid-19> diakses pada 20 Desember 2020
- Republika.co.id. (2020). Jumlah Penonton Televisi Naik 12% sejak Ada PSBB dan WFH. Republika.Co.Id. <https://republika.co.id/berita/qa95lh2217000/jumlah-penonton-televisi-naik-12-sejak-ada-psbb-dan-wfh> diakses pada 9 desember
- Vina Fadhotul Mukaromah |. (2020). *WHO Gunakan Istilah Physical Distancing*,

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

Ini Bedanya dengan Social Distancing Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul “*WHO Gunakan Istilah Physical Distancing, Ini Bedanya dengan Social Distancing*”, Klik untuk baca: <https://www.kompas.com/tren>. Kompas.Com.

WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. (2020). <https://covid19.who.int/> diakses pada 5 desember 2020

Databoks. (2016). *Televisi Masih Menjadi Media Favorit Masyarakat*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/10/televisi-masih-menjadi-media-favorit-masyarakat#:~:text=Televisi memiliki kelebihan yang sangat,akses utama untuk mendapatkan informasi>