

DAFTAR PUSTAKA

- Afnibar, & Fajhriani, D. N. (2020). PEMANFAATAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ANTARA DOSEN DAN MAHASISWA DALAM MENUNJANG KEGIATAN BELAJAR (Studi terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 70–83. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Ahmad, A. (2013). Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam) Online Media Development and Phenomenon of Disinformation (Analysis of Islamic sites). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 177–186.
- Amin, M. Al, & Juniati, D. (2017). Klasifikasi kelompok umur manusia. *MATHunesa*, 2(6), 34. <https://media.neliti.com/media/publications/249455-none-23b6a822.pdf>
- Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56(July), 101475. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*. Rineke Cipta.
- Arrahmi, S. N. (2021). *Analisis Pengaruh Panic Buying dan Service Convenience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta.
- Astuti, E. D. (2013). Consumptive behavior in buying goods from housewives in Samarinda City. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148–156. [http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/09/Jurnal \(09-06-13-04-35-44\).pdf](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/09/Jurnal (09-06-13-04-35-44).pdf)
- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Kencana.
- Burhan, F. A. (2020). *Penggunaan Whatsapp dan Instagram Melonjak 40% Selama Masa Pandemi Corona*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5e9a41f84eb85/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Fadli, R. (2020). *Begini Kronologi Lengkap Virus Corona Masuk Indonesia*. Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/artikel/kronologi-lengkap-virus->

corona-masuk-indonesia

- Haekal, M. F., Supian, M., & Sabrina, W. (2020). Efektivitas Penetapan PSBB Dalam Menurunkan Perilaku Konsumtif Masyarakat Pada Masa Covid-19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 93–98. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.273>
- Hasan, A. M. (2019). *Masalah Orangtua: Gemar Membagi Hoaks di Medsos dan WhatsApp*. Tirto.Id. <https://tirto.id/masalah-orangtua-gemar-membagi-hoaks-di-medsos-dan-whatsapp-decZ>
- HoaxBuster. (2020). *Hoax Buster*. <https://Covid19.Go.Id/>. <https://covid19.go.id/p/hoax-buster>
- Hootsuite (We are Social). (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. www.Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021.Com. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Imaduddin, F. (2018). *Kenapa Whatsapp Menjadi Lahan Subur Bagi Hoaks?* Remotivi.or.Id. <https://www.remotivi.or.id/amatan/496/kenapa-whatsapp-menjadi-lahan-subur-bagi-hoaks>
- Indah, A. V., & Muqsith, A. (2021). Panic Buying: Konsumerisme Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19 Perspektif Psikoanalisis Jacques Lacan. *Jurnal Filsafat*, 31(1), 24. <https://doi.org/10.22146/jf.56722>
- Infocorona. (2020). *Lawan Hoax Terkait Corona*. <https://infocorona.makassar.go.id/blog/lawan-hoax-terkait-corona/>
- Insani, I. L. (2021). Strategi Ketahanan Informasi Melawan “Infodemik” Di-Covid-Kan Rumah Sakit Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 9(1), 592–604. <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/211>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalisme, Fake News et désinformation* (C. Ireton & J. Posetti (eds.)). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Jumiatmoko, M. (2016). Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.21580/wa.v3i1.872>
- Komarrudin, H., & Khoiruddin, B. (2016). *Psikologi Sosial: Aku, Kami, dan Kita*. Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Pranadamedia Group.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>

- Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C., & Tárrega, A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. *Food Quality and Preference*, 86(May), 104028. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104028>
- Lidwina, A. (2021). *Ibu di Indonesia Habiskan Waktu Tiga Jam Bermedia Sosial*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/ibu-di-indonesia-habiskan-waktu-tiga-jam-bermedia-sosial>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Mheidly, N., & Fares, J. (2020). Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic. *Journal of Public Health Policy*, 41(4), 410–420. <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>
- Naeem, M. (2021). Do social media platforms develop consumer panic buying during the fear of Covid-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(July 2020), 102226. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102226>
- Nicomedes, C. J. C., & Avila, R. M. A. (2020). An analysis on the panic during COVID-19 pandemic through an online form. *Journal of Affective Disorders*, 276(March), 14–22. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.06.046>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Dinamika Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Dan Pemikiran*, 1, 90–95.
- Paranita, L. (2014). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Talkshow. *Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Talkshow*, 2, 1–10.
- Pertiwi, W. K. (2020). *Jumlah Hoaks di Indonesia Meningkat, Terbanyak Melalui Facebook*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/20/07385057/jumlah-hoaks-di-indonesia-meningkat-terbanyak-menyebar-lewat-facebook?page=all>
- Pratiwi, F. D., & Si, M. (2014). (CMC) DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA (Tinjauan Pada Forum Diskusi Soompi Empress Ki TaNyang Shipper). 7(1), 29–44.
- Pratiwi, F. I. (2015). *Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dengan Motivasi Belajar Muatan Lokal Tata Boga Kelas VII SMP Negeri 3 Adiwerna 2013/2014*. Universitas Negeri Semarang.
- Putra, Y. S. (2016). *Theoretical Review*. 2(9), 123–134.
- Putri, C. A. (2020). *Peritel Blak-Blakan Ada 3 Kali Panic Buying Gegara Corona*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200320104453-4-146366/peritel-blak-blakan-ada-3-kali-panic-buying-gegara-corona>

- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen : Evaluasi dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 159–177.
- Rakasiwi, L. S. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Sosial Ekonomi terhadap Status Kesehatan Individu di Indonesia. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 5(2), 146–157. <https://doi.org/10.31685/kek.v5i2.1008>
- Research, A. A. for P. O. (2016). *Election Polling Resources - Margin of Sampling Error Credibility Interval*. <https://www.aapor.org/Education-Resources/Election-Polling-Resources/Margin-of-Sampling-Error-Credibility-Interval.aspx>
- Reza. (2018). *Kominfo: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/news/read/3694098/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas>
- RI, K. K. B. P. M. D. K. (2019). *Pembatasan Sosial Berskala Besar*. <https://www.kemenkopmk.go.id/pembatasan-sosial-berskala-besar>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>
- Saputri, O. B., & Huda, N. (2020). Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/7213>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (19th ed.). Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Tasnim, S., Hossain, M., & Mazumder, H. (2020). Impact of rumors and misinformation on COVID-19 in Social Media. *Journal of Preventive Medicine and Public Health*, 53(3), 171–174. <https://doi.org/10.3961/JPMMPH.20.094>
- TheAsianparent. (2021). *Digital Mums Survey 2021 : Ibu Indonesia Habiskan 5 Jam Sehari Jelajahi Dunia Maya*. Theasianparent.Com. <https://id.theasianparent.com/digital-mums-survey-2021>
- Wijaya, C. (2020). *PSBB Jakarta mulai 10 April selama dua minggu, namun pakar menyebut hasil efektif satu bulan untuk tekan Covid-19*. Bbc.Com.

<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52194441>

Wikipedia. (2021). *Whatsapp*. Id.Wikipedia.Org.
<https://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

Wuisan, P. A. (2021). *No Title*. ModalRakyat.Id.
<https://www.modalrakyat.id/blog/kelas-menengah>

Yanuarita, H. A., & Haryati, S. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Budaya Di Kota Malang Dan Konsep Strategis Dalam Penanganannya. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 2(2), 58.
<https://doi.org/10.24843/jiwsp.2020.v02.i02.p01>