

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research (14th ed.)*. Cengage Learning.
- Bryant, J., Zillmann, D., & Oliver, M. B. (2002). *Media effects advanced in theory and research, 2nd edition*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications Inc.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantoro, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (1st ed.)*. Kencana Pranada Media Group.
- Madjadikara, A. S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan: Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan*. Gramedia.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation Sixth Edition*. Pearson.
- Neuman, L. W. (2014). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Indeks.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Andi.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Andi Offset.
- Romli. (2016). *Komunikasi Massa*. PT Grasindo.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business : a skill-building approach*. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach*. Wiley.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indah.
- Wells, W., Burnett, J., & S., M. (2006). *Advertising : Principles and Practice*. Prentice Hall.
- Widyatama, R. (2009). *Buku Pengantar Periklanan, cetakan 6*. Pustaka Book Publisher.

### Jurnal

- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat (Survei di Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 72–81. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Candra, S., Gelgel, N. M. R.A., dan Pradipta, A.D. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dengan Sikap Remaja Kota Denpasar Terhadap Rokok. *Jurnal Medium*, 1(1).
- Delphia, R., & K, M. H. (2021). Persepsi Masyarakat atas Pelindungan Data Pribadi. *Kementerian Komunikasi Dan Informatika*, 3–63. <https://aprika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2021/12/Persepsi-Masyarakat-terhadap-Pelindungan-Data-Pribadi.pdf>
- Kurnia, N., Rahaya, Wendratama, E., Monggilo, Z. M. Z., Damayanti, A., Angendari, D. A. D., Abisono, F. Q., Shafira, I., & Demalinda. (2022). *Penipuan Digital Di Indonesia: Modus, Medium, dan Rekomendasi*.
- Pramelani. (2021). Fenomena Pemberitaan Informasi Keamanan Aplikasi TikTok Di Media Online Dalam Pemakaian Aplikasi Tiktok. *Communications*, 3(2), 138–148.
- Purba, Rebecca Theresia, Dini Safitri & Wiratri Anindhita. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Ibu Kota Negara IKN di *Online Kompas.com* Terhadap Sikap Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1).
- Putri, F. S. (2019). Pengaruh Terpaan Berita Suap Pemeriksa di Detik.com terhadap Indonesia Perwakilan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika*, 5(1).
- Syahida, L. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Gunahumas*, 4(1), 7–18. <https://doi.org/10.17509/ghm.v4i1.37732>
- Sumampouw, L. F. (2023). Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(3), 123–129.
- Tusan, A. R., Hadi, I. P., & Budiana, D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(1), 4.

Wardhani, P. K., & Alif, M. G. (2019). *The Effect of Advertising Exposure on Attitude Toward the Advertising and the Brand and Purchase Intention in Instagram*. 348(APRiSH 2018), 196–204. <https://doi.org/10.2991/aprish-18.2019.24>

Widyasari, F. M., Oktivera, E., & Wirawan, F. A. W. (2023). Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan Mental terhadap Sikap Followers di Media Sosial Instagram. *Jurnal Communio*, 12(2).

Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di Mi). *Auladuna: Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94–111.

#### Website

Annur, C. M., (06 Februari 2023). *Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2023)*. Databooks.katadata.co.id.

Annur, C. M. (13 September 2022). *Indeks Keamanan Siber Indonesia Peringkat ke-3 Terendah di Antara Negara G20*. Databooks.katadata.co.id.

