

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Babbie, E. (2016). The Practice of Social Research. In *Cengage Learning* (14th ed., Vol. 22, Issue 1). CENGAGE Learning. <https://doi.org/10.2307/1318620>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2014). *Mass Communication Theory_ Foundations, Ferment, and Future-Wadsworth Publishing* (2014) (7th ed.).
- Burton, G. (2016). Media and Society: Critical Perspective. In *Open University Press* (Vol. 36, Issue January)
- Creswell, J. W. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Research in Social Science: Interdisciplinary Perspectives* (5th ed., Issue September). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4324/9781315707181-60>
- Glynn, C. J., Herbst, S., Lindeman, M., G., O. G. J., & Shapiro, R. Y. (2018). Public Opinion. In *Public Opinion* (3th ed.).
- Hanson, R. E. (2021). *Ralph E. Hanson - Mass Communication_ Living in a Media World-SAGE Publications, Inc* (2021). SAGE Publications
- Havens, T., & Lotz, A. D. (2017). Understanding Media Industries. In *Https://Medium.Com/* (2nd ed.). Oxford University Press. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Malhotra, N., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing research AN APPLIED APPROACH. In *Pearson UK* (Vol. 53, Issue 9). Pearson UK.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=CvcvLsDxhvEC>
- Neuman, W. L. (2013). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Pearson Education Limited* (Vol. 30, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3211488>

- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Neuman, W. L. (2015). Basic Of Social Research Qualitative and Quantitative Approaches (two). Publishers Design and Production Services, Inc
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In WILEY. WILEY. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Vivian, J. (2019). Media of Mass Communication. In *Pearson Education Limited* (11th ed., Vol. 11, Issue 1). Pearson Education Limited. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsociurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_M_ELESTARI

Jurnal

- Aldilal, A., Sanjaya, A. A., Akbar, N., & Febriansyah, M. R. (2020). Pemberitaan dan Opini Publik tentang Kedatangan Tenaga Kerja China Pada Masa Pandemi COVID-19 di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 280. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3789>
- Apriliani, N. A. D., Chairudin, M., Hariyanti, S., Ramadhanti, E. P., Aprilian, M. A., Fauzaan, M. N., & Santoso, G. (2022). Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik dalam Konteks Kewarganegaraan. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 1(2), 156–164. <https://jupetra.org/index.php/jpt/article/view/325>
- Bahagia, M. (2025). *Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik : Studi Kasus Pada Pengaruh Pemberitaan Politik Terhadap Preferensi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Januari*. 4(1), 50–64.

- Bhaskara, R. A., Ruliana, P., & Yulianto, K. (2021). Memahami Opini Mahasiswa Terkait Pemberitaan Kasus Djoko Tjandra di Media Online Tempo.co. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(1), 42–58. <https://doi.org/10.25008/jpi.v3i1.68>
- Enggarratri, I. D. (2020). Komitmen Pemberantasan Korupsi Dalam Liputan Media. *Communications*, 2(1), 16–32.
- Febria, A. Y., Ibrahim, A., & Kamarni, N. (2022). *Faktor yang mempengaruhi neet pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia*. 17(3), 591–602.
- Fitriani, Y., & Pakpahan, R. (2020). Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime di Dunia Maya atau Cyberspace. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 20(1), 21–27. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. In *Tasamuh*. 16 (1), 101-115 <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Kusnato, & Yusuf, H. (2024). Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1047–1061. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Leliana, I., Suratriadi, P., & Rachma, D. (2020). Kontruksi Media Terhadap Pemberitaan Kasus Narkoba Medina Zein Dalam Pembentukan Opini Publik. *Jurnal Public Relations*, 1(2), 108–115.
- Lensun, A. M., Londa, N. S., & Lotulung, L. J. (2021). Independensi pemberitaan media online di kota manado pada pemilihan gubernur sulawesi utara. *Acta Diurna Komunikasi Independensi*, 3(3), 1–12. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/34387>
- Putra, D. K., & Hirzi, A. T. (2022). Hubungan Pemberitaan di Media Online dengan Pembentukan Opini pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 2(1), 37–42.
- Ramadhanti, H. D. (2021). Klasifikasi Status NEET pada Penduduk Usia

Muda di Indonesia dengan SVM dan Random Forest. *Journal of System and Computer Engineering (JSCE)*, 1(2), 42–52.
<https://doi.org/10.47650/jsce.v1i2.143>

Sudrajat, T., & Rohida, L. (2022). Efek Media Massa dalam Pembentukan Opini Publik di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 2, 519–524.
<https://mail.pbtv.co.id/index.php/prosiding/article/view/5329%0Ahttps://mail.pbtv.co.id/index.php/prosiding/article/download/5329/2460>

Suprayitno, D. (2023). *Branding Dan Optimalisasi Citra CNBC Indonesia Melalui Produk Berita Di Era Media Baru. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 7(1), 40–54.

Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 262–266.



Intelligentia - Dignitas