

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Eriyanto. (2008). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Ida, R. (2014). *Metode Penelitian : Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Press.

McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.

McQuail, D. (2010). ). *Teori Komunikasi Massa Edisi Keenam*. Jakarta: Salemba Humanika

Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.

Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Rivers, W. L., Jensen, J. W., & Peterson, T. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *THE HANDBOOK OF JOURNALISM STUDIES*. New York: Routledge.

## Jurnal

Akpan, C. S., & all, e. (2012). Rethinking Objectivity in News Reporting in the Digital Age . *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 711-729 .

Azaria, T. (2019). OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KASUS PENYERANGAN TERDUGA TERORISME MARKAS KEPOLISIAN DAERAH (MAPOLDA) RIAU DI TRIBUNPEKANBARU.COM. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP UNRI*, 1-10.

ÇELİK, H. (2012). The Myth of Objectivity in the News and Internet Journalism in Turke. *International Journal of Turcologia*, 113-129.

Chandra, E. (2017). YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI . *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 406-417.

Effendy, R. (2016). MENGUKUR OBJEKTIVITAS LIPUTAN MEDIA DENGAN RUMUS COEFFICIENT OF IMBALANCE (Studi Kasus Hasil Penelitian Metode Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Kampanye Pemilu 1999 di Harian Jawa Pos dan Republika Terhadap Partai Golkar dan PDI-P). *Jurnal Nomosleca*, 1-13.

Halimah, N. D., & Lilis, D. (2019). Analisis Isi Pesan Prososial Tayangan Animasi Nussa dan Rara di Youtube. *PROSIDING MANAJEMEN KOMUNIKASI*, 416-423.

Kaplan, M. Andrian., & Haenlein, Michael. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social MediaUsers of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.

Kurnia, Novi. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi *Jurnal MEDIATOR*, 291-296.

Arista, Lutfiah., & Lasmana, Herman. (2019). PENGARUH REVIEW OLEH SARAH AYU PADA PRODUK KECANTIKAN DI YOUTUBE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK. *Jurnal SCRIPTURA*, 26-34.

Lueders, Marika. (2008). Conceptualizing personal media. *New Media & Society*, 683-702

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2005). *ANALYZING MEDIA MESSAGES Using Quantitative Content Analysis In Research*. New Jersey: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.

Rumata, V. M. (2017). OBJEKTIVITAS BERITA PADA MEDIA DALAM JARINGAN (Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Detiknews selama Masa Kampanye Periode I). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 111-125.

Sambrook, R. (2012). *Delivering Trust: Impartiality and Objectivity in the Digital Age*. Oxford: the Reuters Institute for the Study of Journalism .

Sari, A. C., & dkk. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL.

Simarmata, S. (2014). MEDIA BARU, RUANG PUBLIK BARU, DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA . *Interact*, 18-36.

Westerstahl, Jorgen. (1983). OBJECTIVE NEWS REPORTING General Premises. *Communication Research*, 403-424.

WIEN, C. (2006). Defining Objectivity within Journalism An Overview. *Nordicom Review*, 3-15.

### **Situs Web**

(n.d.). Retrieved from youtube.com

(n.d.). Retrieved from autonetmagz.com

- eMarketer inc. (2019, Februari 20). *What Kind of Activities Do Smartphone Users in Indonesia Perform on Their Mobile Devices? (% of respondents, Dec 2018)*. Retrieved from eMarketer: <https://www.emarketer.com/chart/226799/what-kind-of-activities-do-smartphone-users-indonesia-perform-on-their-mobile-devices-of-respondents-dec-2018>
- Alexa Internet, Inc. (2020, Juni 2). *The top 500 sites on the web*. Retrieved from Alexa: <https://www.alexa.com/topsites>
- Hermawan, I. (2015, November 11). *Telah Terbit Majalah Car Review Edisi 13*. Retrieved from OTODRIVER: <https://otodriver.com/article/view/telah-terbit-majalah-car-review-edisi-13/Fh698HSZLDYhqljqGQPRt3cC9sStWbthkG2-dBvcCa8>
- Tirto*. (2016, Mei 12). Retrieved from PEDOMAN PEMBERITAAN MEDIA SIBER: <https://tirto.id/insider/pedoman-media-siber>
- Zaenudin, A. (2019, Februari 14). *Sejarah YouTube Merevolusi Layanan Video di Internet*. Retrieved from Tirto: <https://tirto.id/sejarah-youtube-merevolusi-layanan-video-di-internet-dgFD>

### **Lainnya**

ADI, I. P. (2010). SKRIPSI. *OBJEKTIVITAS PERS DALAM PEMBERITAAN TENTANG PASANGAN CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN DI SURAT KABAR JAWA POS SELAMA KAMPANYE PEMILU PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN (PILPRES) 2019-2014*. SURABAYA: UNIVERSITAS AIRLANGGA.

AL-KHAIRI, A. G. (2016). SKRIPSI. *OBJEKTIVITAS MEDIA DALAM ARTIKEL REVIEW TABLOID PULSA*. SURABAYA: UNIVERSITAS AIRLANGGA.

HERAWATI, A. (2016). SKRIPSI. *ANALISIS ISI PESAN EDUKASI DALAM TAYANGAN KARTUN ANIMASI ADIT SOPO JARWO DI MNC TV*.

JAKARTA: UNIVERITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH  
JAKARTA.

PRATAMA, H. R. (2019). SKRIPSI. *OBJEKTIVITAS TEMPO.CO  
DALAM PEMBERITAAN JOKO WIDODO (ANALISIS ISI KUANTITATIF  
OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN JOKO WIDODO SEBAGAI CALON PRESIDEN  
2019 PADA TEMPO.CO PERIODE JANUARI 2018 – AGUSTUS 2018)*.  
YOGYAKARTA: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA.

Safitri, D., & dkk. (2018). LITERASI MEDIA BARU DAN BUDAYA  
BARU DI MASYARAKAT INDONESIA. *Seminar Nasional Dies Fisip Unsoed  
Ke 34: Media, Budaya, dan Politik di Era Milenial*. Purwokerto.