



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Annas, M. (2017). *Analisis Resepsi Informasi dan Hiburan Penonton Tayangan Tonight Show NET TV*. Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Arigia, M. B., Damayanti, T., Sani, A. (2016). Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 120-133. Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/63>
- Ardianto, E., & Erdinaya, L.K. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baldinger, W. (1986). *The Visual of Art*. London: The Library Association.
- Craig, R. (2005). *Online Journalism*. Canada: Thomson Wadsworth.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design 3rd Edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design*. California: SAGE Publications, Inc.
- Deuze, M. (2001). Online Journalism: Modelling The First Generation Of News Media On The World Wide Web. *First Monday*, 6(10). <http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>
- Downing, J., Mohammadi, A., Sreberny-Mohammadi, A. (1990). *Questioning The Media a Critical Introduction*. USA: Sage Publication.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis.
- Fairclough, N. (2004) *Analysing Discourse Textual Analysis for Social Research*. London: Taylor & Francis e-Library.
- Foust, J. C. (2005). *Online journalism: principles and practices of news for the Web*. Arizona: Holcomb Hathaway.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California: SAGE Publications, Inc.

- Hadi, I.P. (2018). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif *Reception Analysis*. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 2(1), 1-7. Diakses dari <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/iko/article/viewFile/16951/16936>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetak ke-6*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, R. (2012). *Infographics The Power of Visual Storytelling*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Machin, D. dan Polzer, L. (2015). *Visual Journalism*. London: Palgrave.
- Masruroh, N. (2016). *Preferensi Anak Berkebutuhan Khusus Tunanetra Dalam Memilih Media Komunikasi di Sekolah : Studi di Sekolah Luar Biasa Tut Wuri Handayani*. Univeritas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- McQuail, D. (2001). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Melinda, F. (2015). *Pemaknaan Khalayak Siswa/i Pesantren terhadap Pemberitaan Radikalisme ISIS pada Youtube Tahun 2015 (Studi Resepsi pada Tayangan Telusur TV One dan Metro Realitas)*. Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Putra, A. A. (2015). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Begal Motor di Warta Kota (Periode Januari-Maret 2015)*. Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Putra, N. dan Hendarman. (2013). *Metode Riset Campur Sari*. Jakarta: Indeks.

- Quinn, S. & Lamble, S. (2008). *Online Newsgathering. Research and Reporting for Journalism*. United Kingdom: Focal Press.
- Rakhmat, J. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Raswanto, A. (2016). *Apa itu Infografis?*. House of Infographics. Diakses dari <http://houseofinfographics.com/apa-itu-infografis/>
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 1(3), 163-218. Diakses dari http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/563
- Susetyo, H. R., Bahruddin, M., Windarti, T. (2015). Efektivitas Infografis Sebagai Pendukung Mata Pelajaran IPS Pada Siswa Siswi Kelas 5 SDN Kepatihan di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Desain Komunikasi Visual ArtNouveau*, 4(1), 82-91. Diakses dari <https://jurnal.stikom.edu/index.php/ArtNouveau/article/view/762/352>
- Taufik, M. (2012). Infografis Sebagai Bahasa Visual dalam Surat Kabar Tempo. *Techno.COM*, 11(4), 156-163. Diakses dari <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/technoc/article/view/1010>
- Tirto.id. (2012). *Jernih, Mengalir, Mencerahkan bersama Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/insider/tentang-kami>
- West, R. dan Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- World's Most Literate Nations Ranked* (2016, 7 Maret). New Britain: Central Connecticut State University