



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Amazeen, M. A., & Wojdynski, B. W. (2018). The Effect of Disclosure Format On Native Advertising Recognition and Audience Perceptions of Legacy and Online News Publishers. 1-20.
- Ancok, D. (2012). *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Jakarta: LP3ES.
- Ardianto, E., Lukita, K., & Siti, K. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Simbiosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aufderheide, P. (1992). *The National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: The Aspen Institute Wye Center.
- Aufderheide, P. (1992). *The National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: The Aspen Institute Wye Center.
- Autry, A. J. (2011, June 21). *Digital natives and digital immigrants: Getting to know each other. Industrial and Commercial Training*. Dipetik Febuary 25, 2019, dari <https://doi.org/10.1108/00197851111171890>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2018). *Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi: Format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Chou, H. P. (2012). *Cyber Smart Parenting*. 2012: PT. Visi Anugrah Indonesia.
- Conill, R. F. (2016). Camouflaging Church as State: An exploratory study of journalism's native advertising. *Journalism Studies*, 904-914.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. England: McGraw-Hill.
- Dajan, A. (196). *Pengantar Metode Statistik. Jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Dewan Periklanan Indonesia. (2014). *Etika Pariwara Indonesia*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia.
- Dewan Pers. (2015, Juli 18). Seruan Dewan Pers tentang Pemuatan Rubrik Pemberitaan yang Bertujuan Kehumasan. hal. 1.
- European Commision. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Final Report: Brussels.
- Fitryarini, I. (2016). Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas. *Jurnal Komunikasi Vol. 8, No. 1*, 51-67.
- Foust, J. C. (2017). *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. Routledge.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grail Research. (2010, June 1). <http://thsmarketing.weebly.com>. Dipetik April 13, 2020, dari http://thsmarketing.weebly.com/uploads/1/3/4/2/13427817/excellent_generation_explanation.pdf
- Guntarto, B. (2011). Risk and opportunity among Indonesian teens using social media: The need of new media literacy. *Proceeding International Conference on Social Media Cultures*, 1.
- Guntarto, B. (2011). Risk and opportunity among Indonesian teens using social media: The need of new media literacy. Proceeding International Conference on Social Media Cultures. 1.
- Hidayat, R. A. (2018). *Literasi Media Online Pada Remaja (Analisis Tingkat Literasi Media Online Siswa kelas XI SMAN 28 Kabupaten Tangerang Sesuai Kriteria Individual Competence Framework)*. Tangerang: UMN.
- Interactive Advertising Bureau . (2019). *IAB Native Advertising Playbook 2.0* . New York City: IAB.
- Iriantara, Y. (2009). Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Irsyaddi, I. (2014). *Pengukuran Tingkat Literasi Media Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pemilu 2014 Menggunakan Individual Competences Frameworks*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Iversen, M. H., & Knudsen, E. (2017). When Politicians Go Native: The Consequences of Political Native Advertising for Citizens Trust in News. 1-18.
- Kim, B. H., Pasadeos, Y., & Barban, A. (2009). On the Deceptive Effectiveness of Labeled and Unlabeled Advertorial Formats. *Mass Communication and Society*, 265-281.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2018). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8 (2), 51-66.
- Livingstone, S. (1999). *New Media, New Audiences*. London: The Alden Group.
- Manic, M. (2015). The Rise of Native Advertising. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences Vol. 8 (57) No. 1 - 2015*, 54-58.
- McCoy, S., Galletta, D., Everard, A., & Polak, P. (2004). A Study of the Effects of Online Advertising: A Focus on Pop-up and In-Line Ads. 1-5.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Millward, K. B. (2017). *Ad Reaction : Generation X, Y and Z*. Brussels: Interactive Advertising Bureau.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Monle Lee, C. J. (2007). Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Jakarta: Prenada Media.
- Ozkan, M., & Solmaz, B. (2015). Mobile Addiction of Generation Z and its Effects on their Social Lifes: (An Application among University Students in the 18-23 Age Group). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93-98.

- Pasandaran, C. C. (2018). Political Advertising Camouflage as News. *Jurnal Komunikasi ISKI* Vol. 3, No. 2, 91-98.
- Pasandaran, C. C., & Mutmainnah, N. (2020). Young Adult's Recognition Of Native Advertising Disguised As News. *Young Consumers*, Vol. 21 No. 1, 91-108.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. California: Sage Publications.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 60-73.
- Rijal, M. N. (2015). Tingkat Kemampuan Literasi Media Baru Mahasiswa Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fisip* Vol. 2, No. 1, 1-10.
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi*. Malang: UB Press.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winarno, S. (2014). Pemahaman Media Literacy Televisi Berbasis Personal Competences Framework (Studi Pemahaman Media Literacy Melalui Program Infotainment Pada Ibu-Ibu Perumahan Tegalondo Asri Malang). *Jurnal Humanity* 9, 65-71.
- Yusuf, A. M. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Yusuf, S. L., & Sugandhi, N. M. (2012). *Perkembangan Peserta Didik*. Depok: RajaGrafindo.