



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

Buku:

- Ardianto, & Machfudz. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Ardianto, E. 2011. *Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cahya, I. 2012. *Menulis Berita di Media Massa*. Yogyakarta: PT Citra Aji Parama.
- Herman, J. 2014. *The Ultimate Beginner's Guide To Instagram*.
- Kartajaya, H. 2009. *Markplus Basics*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (FOURTH EDITION)*. USA: Pearson Education, Ltd.
- Neuman, W. L. 2014. *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches Third Edition*. USA: Pearson Education Limited.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rakhmat, J. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Shimp, & Andrews. 2018. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. USA: Cengage Learning.
- Soemirat, Soleh, S., & Ardianto, E. 2018. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sopian. 2016. *Public Relations Writing: Konsep, Teori, Praktik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulianta, F. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Gramedia.
- Swasty, W. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahrum, & Salim. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Jurnal:

- Gussman, S. Y., & Triwulandari. 2019. "Pengaruh Terpaan Berita BPJS di Media Massa Terhadap Pembentukan Sikap Masyarakat di Kota Pekanbaru". *Jurnal Communiverse*, Vol. 4, No. 2, h. 42-50.
- Junaida, E. 2017. "Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oil Pelumas Evalube di Kota Langsa". *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No.2, h. 798-807.
- Kevin, D., & Sari, W. P. 2018. "Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule". *Jurnal Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, h. 291-297.

- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. 2017. "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 49, No. 2, h. 157-164.
- Zen, Y. F. 2019. "Pengaruh Terpaan Berita Kecelakaan Pesawat Lion Air JT 610 di Media Internet terhadap Citra Jasa Penerbangan Lion Air". *Jurnal FISIP*, Vol. 6, No.2, h. 1-12.
- Primadini, I. 2016. "Pengaruh Advertorial mengenai CSR dalam Pembentukan Citra Merek". *Jurnal Ultimacomm*, Vol. 8, No.2, h. 57-69.

Internet:

- Kompas. 2017. "Mengenal Karakteristik Gen Z, Generasi Setelah Millennial". Diakses pada 11 Mei 2020. <https://biz.kompas.com/read/2017/10/06/190000428/mengenal-karakteristik-k-gen-z-generasi-setelah-millennial>
- Kumparan. 2017. "7 Karakteristik Generasi Z yang Perlu Kamu Tahu". Diakses pada 11 Mei 2020. <https://kumparan.com/kumparannews/7-karakteristik-generasi-z-yang-perlu-kamu-tahu>
- Merdeka. 2013. "Wanita Cenderung Lebih Mudah Khawatir Dibanding Pria?". Diakses pada 22 Mei 2020. <https://www.merdeka.com/teknologi/wanita-cenderung-lebih-mudah-khawatir-dibanding-pria.html>
- Pertiwi, W. K. 2019. "Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?". Tekno Kompas. Diakses pada 18 April 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Starnage. 2020. "Influencer Media Sosial Mega, Macro, Micro, dan Nano". Diakses pada 02 July 2020. <https://starnage.com/influencer-media-sosial-mega-macro-micro-dan-nano/>
- Tagar.id. 2019. "Pengguna Instagram di Indonesia Terbesar ke-4 Dunia". Diakses pada 18 April 2020. <https://www.tagar.id/pengguna-instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>
- Tashandra, N. 2019. "Penjelasan Psikologis, Mengapa Orang Doyan Bergosip". Kompas.com. Diakses pada 31 Maret 2020. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/05/24/122801320/penjelasan-psikologis-mengapa-orang-doyan-bergosip?page=all>
- The Guardian. 2016. "And Now For The Good News: Why The Media Are Taking A Positive Outlook". Diakses pada 24 Maret 2020. <https://www.theguardian.com/world/2016/aug/01/and-now-for-good-news-why-media-taking-positive-outlook#comments>
- www.instagram.com/@saigon_delight
- www.instagram.com/@zenifueru
- www.wearesocial.com

Skripsi:

- Anissa, M. 2015. *Pengaruh Event Hilo Goes to School terhadap Brand Image Susu Hilo School*. Skripsi Ekonomi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Balatif, M. 2018. *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Fashion Bangkok*. Skripsi Sarjana. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Lellyana, P. A. 2015. *Pengaruh Berita Kecelakaan Pesawat Maskapai Penerbangan AirAsia di Media Online Terhadap Citra Jasa Penerbangan*. Skripsi Komunikasi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Pradipta, Dyah A. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar*. Skripsi Ekonomi. Makassar: Universitas Hasanuddin.