



### **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

- Hakim, M. A. (2017). *Kiat Menulis Artikel di Media: dari pemula sampai mahir*. Nuansa Cendekia.
- Handayani, D. (2017). Peran jurnalisme warga (citizen journalism) berbasis santri sebagai penyeimbang komunikasi keagamaan lokal Kediri. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2).
- Hanusch (2010) THE DIMENSIONS OF TRAVEL JOURNALISM, *Journalism Studies*, 11:1, 68-82,
- Ishwara, L. (2005). *Catatan-catatan jurnalisme dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Muslimin, K. (2019). *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*. UNISNU PRESS.
- Riadi, A. (2012). *Karakteristik Gaya Bahasa Judul-Judul Berita Pada Media Online Detik. Com* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Riyanto, A. D. (2021). Hootsuite (we are social): Indonesian digital report 2021. *andi. link*.
- Sandra, K. I. (2018). EFEKTIVITAS PENYIARAN BERITA MELALUI RADIO DI KALANGAN GENERASI Z (RENTANG USIA 16-23 TAHUN). *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan*, 12(2), 149-155.
- Suciati, T. N., & Fauziah, N. (2020). Layak Berita Ke Layak Jual: Nilai Berita Jurnalisme Online Indonesia Di Era Attention Economy. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1), 51-69.