



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

- Adiarsi, G. Stellarosa, Y. & Silaban, M. (2015). *Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa. Humaniora*, 6.4, 470-482. Retrieved From <http://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3376/2755>
- Anggoro, Supto. (2017). *Masa Depan Ditangan Generasi Z*. Retrieved from <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>
- Ahmed, Tina. (2017). *Instagram Engagement Rate Is 70% Higher Than Facebook's*. Retrieved From <https://locowise.com/instagram-engagement-rate-is-higher-than-facebook>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017>
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang 2016*. Retrieved from <https://tangerangkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/21>
- Baran, S. J. & Davis K. (2010). *Teori Dasar Komunikasi Pergolakan, Dan Masa Depan Masa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Baxter, L. A., & Barbie, E. (2004). *The Basics of Communication Research*. Toronto: Wadsworth.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bryant, J. Thompson, S. & Finklea, B.W. (2013). *Fundamental of Media Effects*. Long Grove: Wafeland Press.
- Chun, Wendy, H. K. & Thomas, Keenan. (2006). *New Media Old Media : A History and Theory Reader*. New York : Routledge.
- Creeber, G. & Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. New York: Open University.
- Daniel, J. (2012). *Sampling Essentials; Pratical Gidelines for Maing Sampling Choices*. Sage: California.
- Dwifatma, Andina. (2017). *Siapakah yang Lebih Tahan Hoax, Generasi X, Y atau Z*. Retrieved From <http://nationalgeographic.co.id/berita/2017/11/siapakah-yang-lebih-tahan-hoax-generasi-x-y-atau-z>
- Effendi, S. dan Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

- European Commission. (2009). *Study in Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Retrieved From http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction 2nd Edition*. Oxford University Press: New York.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Gregorius, & Sumardianta J. (2017). *Jatuh Tujuh Kali Bangkit Delapan Kali*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Harsanto, Budi. (2014). *Inovasi Pembelajaran Di Era Digital*. Bandung: Unpad Press.
- Haryanto, Agus Tri. (2017). *Ini Jumlah Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia*. Retrieved From <http://inet.detik.com/cyberlife/d-3599839/ini-jumlah-pengguna-facebook-dan-instagram-di-indonesia>
- Hendriyadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Manajemen dan Ekonomi Islam*. Kencana: Jakarta.
- Herlanti, Y. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial pada Pembelajaran Sains berbasis Isu Sosiosaintifik untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains*. n.d. Bandung
- Hobbs, R. (2011). *The State of Media Literacy: A Response to Potter*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 55.3, 419-430. Retrieved From <https://works.bepress.com/reneehobbs/4/download/>
- Hoffman, Michael E. (2016). *News Media Literacy And Social Media Usage*. Retrieved From <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/56078/research.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Indriyana, H, & Handayaningsih, S. (2015). *Pintar Bahasa Indonesia Superlengkap*. Yogyakarta: IndonesiaTera.
- Information Resources Management Association. (2018). *Information and Technology Literacy Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. USA: IGI Global.
- Instagram. (n.d). About As. Retrieved From <https://www.instagram.com/about/us/>
- Iriantara, Yosol. (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Istiarni, A, & Triningsih. (2018). *Jejak Pena Pustakawan*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media.

- Kesuma, D. P. (2018). *Kapolresta Tangerang Gelar Pelatihan Literasi Media Sosial Untuk Mencegah Hoax*. Retrieved From <http://jakarta.tribunnews.com/2018/04/07/kapolresta-tangerang-gelar-pelatihan-literasi-media-sosial-untuk-mencegah-hoax>
- Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. Canada: Roulledge
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Landverk, Kjell H. (2014). *The Instagram Handbook*. London: Primehead Limited.
- Macnamara, Jim. (2005). *Strategi Public Relation*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2016). *Konklusi Survey Ekosistem DNA, Device, Network dan Apps*. Retrieved from <http://mastel.id/release-hasil-survey-mastel-apjii-2016/>
- Maulida, Iely. (2017). *Munculnya Media Sosial Punya Kontribusi Sebar Hoax*. Retrieved From <https://techno.okezone.com/read/2017/02/01/207/1607054/munculnya-media-sosial-punya-kontribusi-sebar-hoax>.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. (2012). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mutmainah, A. (2017). *Tingkat Literasi Media Mahasiswa Komunikasi Surakarta Tentang Pemberitaan Kopi Beracun Sianida di TV One: Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi UNS, UMS, dan IAIN Surakarta*. Retrieved From <http://www.repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30763>
- Nuraini C, Qoute. (2017). *Literasi Media Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Bogor*. *Jurnal ADHUM*, 7.1, 1-9. Retrieved from <http://jurnal.ummi.ac.id/index.php/JAD/article/view/34>
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta Raja Grafindo Persada.
- Potter, James. (2008). *Media Literacy 4th Edition*. California: Sage Publications.
- Potter, James. (2012). *Media Effects*. California: Sage Publication.
- Potter, James. (2014). *Media Literacy 7th Edition*. California: Sage Publication.
- Purba, R. (2015). *Literasi Media Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media Berbasis Individu Competence Framework Pada*

- Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi USU*. Retrieved From <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/11584>
- Putranto, Algooth. (2018). *Darurat Literasi Media Sosial, Berpacu Melawan Konten Negatif*. Retrieved From <https://internasional.kompas.com/read/2018/03/22/09480251/darurat-literasi-media-sosial-berpacu-melawan-konten-negatif>
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rachmiatie, A. (2016). *Membangun Kecerdasan Informasi Dalam Meneguhkan Karakter Bangsa*. 1.2, 114-121. Retrieved from <http://jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/download/57/31>
- Safko, Lon. (2012). *The Social Media Bible, 3rd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Salpeter, Miriam. (2011). *Social Networking for Career Success: Using Online Tools to Create a Personal Brand*. New York: LearningExpress.
- School, Hillary. (2015). *Instant Profits Guide to Instagram Success: Step by Step Pictorial Guide is Worth a Thousand Words*. Hungary: PublishDrive.
- Situmorang, Hendrik. (2018). *Seluruh Elemen Masyarakat Tangerang Deklarasikan Menentang Penyebaran Hoax*. Retrieved from <https://akurat.co/id-177320-read-seluruh-elemen-masyarakat-tangerang-deklarasikan-menentang-penyebaran-hoax>
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Statista. (2018). *Number Of Monthly Active Instagram Users From Januari 2013 to June 2018*. Retrieved From <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Media Sosial*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- We Are Social Net and Hootsuite. (2018). *Digital In 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark*. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

- Wulandary, Y. (2013). *Sikap Mahasiswa Terhadap Gerakan Literasi Media Di Perguruan Tinggi : Survei terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta Angkatan 2010*. Retrieved From <http://repository.mercubuana.ac.id/16279/>
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zarella, D. (2010). *Social Media Marketing Book*. Canada : O'Reilly Media, Inc.