

Daftar Pustaka

- Adnan, A. E. E. (2020). Opini Para Pengunjung Terhadap Citra Kota Makassar Dilihat Dari Tayangan Berita Kekerasan Televisi (Perspektif Teori Kultivasi). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 139–146. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.564>
- Agustina, A., & Inawati. (2022). Analisis wacana kritis opini pada media massa cetak harian Sumatera ekspress edisi 2020. *Lentera Pedagogi*, 5(2022), 37–43. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/fkipakad>
- Fitriani. (2017). *Peranan pusat kajian perlindungan anak (pkpa) dalam proses pendampingan korban eksploitasi seksual pada anak di kota medan provinsi sumatera utara*. 4(1), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/13926/13487>
- Fitriansyah Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi BSI Jakarta, F., & Sitasi, C. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Gane, N., & Beer, D. (2016). NEW MEDIA The Key Concepts. In *Https://Medium.Com/* (1st ed.). BERG. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). *Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk pencegahan corona covid - 19*. 5(2), 70–80. <http://jurnal.univrab.ac.id/index.php/cmvt/article/view/1278>
- Lai, W. T., Chung, C. W., & Po, N. S. (2015). How do Media Shape Perceptions of Social Reality? A Review on Cultivation Theory. *Journal of Communication and Education*, 2(2), 8–17. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=How+do+Media+Shape+Perceptions+of+Social+Reality%3F+A+Review+on+Cultivation+The+ory.+Journal+of+Communication+and+Educatio&btnG=
- Luttrell, R. (2014). *Social Media HOW TO ENGAGE, SHARE, AND CONNECT* (1st ed.). Rowman and Littlefield. <https://id.b-ok.asia/book/2608214/071c94>
- McQuail, D. (2010). *McQuail 's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE. <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Ramadhanti, G. A., Jannatania, J., & Adiyanto, D. I. (2022). *PENGALAMAN*

- KOMUNIKASI PEKERJA STARTUP PADA*. 5(2), 192–204.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/5728>
- Sofiyah. (2015). *Konstruksi makna path sebagai media komunikasi interpersonal dalam dunia sosial virtual di kalangan mahasiswa*. 2(1), 1–11.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/4816>
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&B* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). *Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)*. 6(1), 3456–3466.
<https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/2861>
- Vardiansyah, D. (2018). *Kultivasi Media Dan Peran Orangtua : Aktualisasi Teori Kultivasi Dan Teori Peran Dalam Situasi Kekinian*. *Komunikologi*, 15(1), 64–78. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/193>
- Zaliha1, Fitriani1, E., Puspitasari1, Y., & Vina Yulia Anhar2. (2021). *FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN HUSTLE CULTURE PADA MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19*. 1–11. <http://jurnal.iakmi.id/index.php/FITIAKMI/article/view/196>