

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. Karlinah, Siti.(2009). Komunikasi Massa Suatu. Pengantar Edisi Revisi.
- Arikunto, Suharsimi, (2006), Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi. Revisi, PT, Rineka Cipta, Jakarta.
- As.Haris.Sumadiria, (2005). Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature,. Panduan Praktis Jurnalis Profesional. Penerbit PT. Remaja
- Bunafit Nugroho. (2004). PHP dan MySQL dengan editor Dreamweaver MX. ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.
- Cangara, H. Hafied; Pengantar Ilmu Komunikasi; PT Raja Grafindo. Persada, Jakarta, 2008.
- Cutlip-Center-Broom, (2006). Effective public Relations, edisi kesembilan, Kencana. Prenada Media Group, Jakarta.
- Djamal Hidjanto, Fachrudin Andi, 2011. Dasar-dasar penyiaran, Jakarta: Prenada Media Group.
- Dwi Priyatno, (2008). Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta, Mediakom.
- Effendi, Onong Uchjana. (2003). “Televisi Siaran Teori dan Praktek”. PT Alumni. Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Everin, Werner J., James W. Tankard. (1979). Communication Theories, Origins Methods Uses.
- Ghozali, Imam.(2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 20. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Henslowe, Philip, (2003), Public Relations – A Practical Guide To The. Basics, Crest Publishing House
- Hovland, Janis dan Kelley (1953), Comunication and Persuasion. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.

- Ike Devi Sulistyasingtyas (2004) Pemberitaan di Media Massa sebagai Pembentuk Reputasi Organisasi. *Volume 1, Nomor 1, Juni 2004: 113-126*
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group.
- Kriyantono, Rachmat.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama, (2006). *Jurnalistik Teori dan Praktik*, Bandung : PT.Remaja.
- Leather, Phill; Mckechnie and Amirkhanian (1994). *The importance of likeability as*
- Melvin L, De Fleur, Ball-Rokeach, Sandra. (1982). *Theories of Mass* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Moch.Nazir. (2003), *Metode Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta,63.
- Morissan, (2010), *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Percy and Rossiter (1992), “A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies”, *Psychology and Marketing*, Vol. 9, No. 4, Pg. 263-274.
- Riduwan, (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations&Media Komunikasi*. Jakarta.
- S.Soedibjo.(2013).*Pengantar Metode Penelitian*.Universitas Nasional. Pasim.Bandung.
- Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building*.

- Shimp, Terence A.(2000).Periklanan Promosi Aspek Tambahan. Komunikasi Pemasaran Terpadu.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. Metode Penelitian Survai. Jakarta: Pustaka.
- Siregar, Ashadi. (1998). Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa. Yogyakarta
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed. Methods). Bandung
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan.
- Suhandang, Kustadi.(2004). Pengantar Jurnalistik : Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik. Bandung.
- Suprpto, (2009). Komunikasi Organisasi, Jakarta :Edisi V. Cetakan ketujuh.
- Umi Narimawati. (2010). Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Penerbit Genesis
- Vivian, John.(2008). The Media of Mass Communication, 8th ed. Boston : Pearson Education.
- Vos, Marieta F. (1992). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Utrecht : Landbouwwuniversiteit te Wageningen

Non buku

<https://www.citilink.co.id/>

<http://hubud.dephub.go.id/>

<http://www.ilmuterbang.com/>

Skripsi

Marcheilina Lavi. 2012 Pengaruh Berita Penangkapan Pilot Pengguna Narkoba Terhadap Citra Lion Air, Surabaya: Skripsi Universitas Kristen Petra