

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Intern *Et* (Vol. 2, Nomor 1). <https://marketeers.com/belanja-iklan-di-shopee>
- Agustina, D. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Transaksi Secara Online. Universitas Semarang.
- Ahmad, Z. (2016). Tayangan Infotainment Silet Di Rcti Terhadap Tingkat Literasi Media Ibu Rumah Tangga. Universitas Medan Area.
- Aisy, W. R., & Giri, R. W. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Reputasi *Medical Health Apps* Yang Dimoderasi Dengan *Celebrity Characteristic* (Studi Kasus Aplikasi Halodoc). *Journal Of Economics And Business Ubs*, 12(3), 2023.
- Amalia, R. (2015). Efek Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Massa Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. *Journal*, 3(2), 30–42.
- Analisis Dampak Sosial Pendidikan Tayangan Infotainment Tv Swasta Di Indonesia Oleh: Mira Hasti Hasmira. (T.T.). [Http://Media.Kompasiana.Com](http://Media.Kompasiana.Com)
- Ansolabehere Stephen. (1970). *The Multiple Of Effects Of Television On Public Opinion*.
- Ardhianti, D., & Kusuma, J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *Jurnal Maneksi*, 12(4), 2023.
- Dakwah Dan, F. (T.T.). Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Tayangan Sinetron Kisah Nyata Indosiar) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Oleh: Mailistia Santika
- Dini Walliya. (2018). Pengaruh Tayangan Kuasa Ilahi Di Mnc Tv Terhadap Perilaku Keagamaan Ibu Rumah Tangga Di Rt 04 Rw 10 Kelurahan Sidomulyo Barat Kota Pekanbaru.
- Fachrusi Muhammad. (2012). Opini Publik Terhadap Tayangan Program Acara Opera Van Java Trans7. Universitas Medan Area.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. [Http://Penerbitzaini.Com](http://Penerbitzaini.Com)
- Fernando, P., Sirait, W., & Cindoswari, A. R. (2018). Pengaruh Program Televisi Detak Kepri Dan Opini Publik Terhadap Sikap Pemilih Di Kota Batam. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(1).
- Habibie, D. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86.
- Haqu, R. (2020). Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44. [Http://Journals.Usm.Ac.Id/Index.Php/Jdsb](http://Journals.Usm.Ac.Id/Index.Php/Jdsb)
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2021). Buku Ajar Komunikasi Massa.
- Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., Prihatiningsih, W., & Vidiyanti, M. O. (2022). *Impact Of Talk Shows And Variety Show Television Programs Viewership On Political*

- Interest Among Indonesian College Students. Simulacra*, 5(1), 57–68.
<https://doi.org/10.21107/Sml.V5i1.13964>
- Kabra, S., Dass, S., & Popli, S. (2022). *An Analysis Of Celebrity Repositioning Through Reality Television. Arts And The Market*, 12(1), 52–69.
<https://doi.org/10.1108/Aam-09-2020-0032>
- Karlina, L. (2014). Dampak Pemberitaan *Infotainment* Di Televisi Dalam Industrialisasi Media Terhadap Perilaku Etika Di Masyarakat. *Jurnal Interaksi*, 3(2), 189–196.
- Khaerul. (2023). *Komunikasi Massa: Pengaruhnya Dalam Masyarakat*.
- Kusuma Habibie, D., & Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada Jl Sardjito, M. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 7, Nomor 2).
- Latif Jamal. (2017). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah Kspps Cahaya Mitra Sejahtera). *In Thesis. Walisongo University*.
- Manero, C. B., Uceda, E. G., & Serrano, V. O. (2013). *Understanding The Consumption Of Television Programming: Development And Validation Of A Structural Model For Quality, Satisfaction And Audience Behaviour. International Journal Of Marketing Studies*, 5(1). <https://doi.org/10.5539/Ijms.V5n1p142>
- Magdalena, I., Fitroh, A., Kurniawati Fadhilah, D., Habsah, D., & Qodrawati, R. (2023). Mengelola Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Pendidikan: Instrumen Tes Dan Non Tes Peserta Didik Kelas IV SDN Pondok Kacang Barat 03. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling*, 01(02), 49–53.
<https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jpdsd>
- Meilany, E., Le, P., & Revole, M. (2015). Citra Diri Dan Popularitas Artis. Dalam *Jurnal Kajian Komunikasi* (Vol. 3, Nomor 1).
- Muneer, S., & Munir, S. (2020). *Impact Of Tv Content On Audience' Perception Of Materialism. International Journal Of Linguistics, Literature And Culture*, 6(4), 62–75. <https://doi.org/10.21744/Ijllc.V6n4.906>
- Obert. (2020). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Dukungan Selebriti Terhadap Ketertarikan Pada Iklan Dan Produk. *Yume : Journal Of Management*, 3(3), 95–105.
<https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.733>
- Oktavia, D. L., & Widiasanty, G. (2022). Pengaruh Tayangan Program Ilook Net Tv Terhadap Minat Menonton Siswa/I Smk Sahid Jakarta. *Inter Script: Journal Of Creative Communication* |, 4(1), 23–42.
- Perniawan, Y. (2021). Pengaruh Media Televisi Sebagai Sumber Belajar Pada Program “Belajar Dari Rumah TVRI.” Uin Radeh Fatah Palembang.
- Pramono, M. F. (2016). KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DAN MEDIA MASSA Suatu Telaah Historis, Paradigmatik dan Prospektif. *ETTISAL Journal of Communication*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v1i1.1053>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Vol. 19). Alfabeta,Cv.
- Quraisy, A. (2022). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilk. *J-HEST Journal of Health Education Economics*

- Rahmawati, T. (2020). Yume : Journal Of Management Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Dukungan Selebriti Terhadap Ketertarikan Pada Iklan Dan Produk Obert . *Yume : Journal Of Management*, 3(3), 95–105. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.733>
- Sri Choiriyati, O. (T.T.). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik.
- Syafrina, A. E., & Si, M. (2022). Komunikasi Massa. www.megapress.co.id
- Syahputra I. (2018). Opini Publik. Simbiosis Rekatama Media.
- Ula Mirfa'ul. (2021). Pengaruh Konten *Sex Education* Di Instagram Terhadap Perilaku Seks Bebas (Studi Kasus Followers Instagram @Sisilism). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Wahid, U. (2016). Bab 7 Opini Publik. Dalam Komunikasi Politik (Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru).
- Yumeldasari, D. (2019). Modul Opini Publik (Hmj201) Modul 7 Pengaruh Media Massa Terhadap Opini Publik. <https://esaunggul.ac.id>