

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER JURNAL

- Abidin, S., Sos, S. I., & Kom, M. I. (2020). *KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS*.
- Barus, A. G. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BOBBYNST TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DI KOTA MEDAN. *Jurnal Komunika : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 1–10.
- Bata, C. O., & Wahid, U. (2020). *Diskursus Kredibilitas dan Pertimbangan Etika Pers dalam Proses Produksi Berita Viral # Justiceforaudrey di Liputan 6 Siang SCTV*. 4(1), 1–8.
- Gines, V., & Emilianshah, H. (2023). *Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram @ Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Trailer Film Bagi Followers*. 5, 102–113.
- Hafizh, F., & Hasbiansyah, O. (n.d.). *Hubungan Personal Branding Influencer sebagai Ambassador Vaksin dengan Kepercayaan Followers pada Vaksin*. 119–125.
- Hoerunnisa, L., Muchtar, K., & Suryana, C. (2020). *Kredibilitas media online dalam pandangan mahasiswa 1)*. 122–136.
- Indrajaya, S. E., Indrajaya, S. E., Lukitawati, L., Komunikasi, M. I., & Diponegoro, U. (2019). *Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial*. April, 169–182.
- Kaharmudzakir, I., Ichlas, M., & Qudsi, E. (2022). *Pengaruh Konten Instagram @ interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi*. 5, 127–140.
- Karduni, A., Wesslen, R., Markant, D., & Dou, W. (2023). *Images , Emotions , and Credibility : Effect of Emotional Facial Expressions on Perceptions of News Content Bias and Source Credibility in Social Media*. *Icwsn*.
- Karlsen, R., & Aalberg, T. (2023). *Social Media and Trust in News : An Experimental Study of the Effect of Facebook on News Story Credibility*

- Social Media and Trust in News : An Experimental Study of the Effect of Facebook on News Story Credibility. *Digital Journalism*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1945938>
- Masitoh, S., Nursanta, E., Wulandari, C., Komunikasi, F. I., Gunadarma, U., & Barat, J. (2021). *PENGARUH NILAI BERITA DAN KREDIBILITAS MEDIA AKUN INSTAGRAM @ KOMPASCOM TERHADAP*. 31–41.
- Mulia, U. B., Raya, J. L., & Utara, J. (2022). PENGARUH TERPAAN BERITA DAN KREDIBILITAS PEMBERITAAN OMICRON PADA KOMPAS.COM TERHADAP PERILAKU SEHAT MAHASISWA DKI JAKARTA. *Jurnal Sains Terapan*, 12, 154–164.
- Nata, J. H. (2018). *Mobile Display Advertising ” Pengaruh Aktifitas Browsing , Flow , dan Kepercayaan Online Terhaap Niat Pembelian Barang-Barang Baru di Instagram ” (Studi Pada Follower Akun Instagram Kategori Produk Fashion , Gadget , dan Kuliner di Surabaya)*. 2, 16–30.
- Nusantara, U. D. (2023). *PENGGUNAAN MEDIA DAN KREDIBILITAS MEDIA ONLINE : MENGANALISIS PENGARUHNYA PADA PEMENUHAN*. 7(1), 76–86.
- Prasetyo, I. J. (n.d.). *Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan*. 159–169.
- Putera, U., Jl, B., Batam, K., & Riau, K. (2019). *AGENDA SETTING DAN KREDIBILITAS HARIAN TRIBUN BATAM DALAM MEMBANGUN PERSEPSI MASYARAKAT DI KOTA BATAM : (STUDI PEMBERITAAN IMPLEMENTASI KAWASAN EKONOMI KHUSUS)* *Agenda Setting and Credibility of Harian Tribun Batam Newspaper in Perception Building of communities in Batam City : (Study of Implementation of Special Economic Areas)* *Ageng Rara Cindoswari dan Sholihul Abidin Abstrak*. 1, 22–31.
- Ramdan, A. K., Rismawan, F. R., Wiharnis, N., & Safitri, D. (2019). *Pengaruh Akun Instagram @ temandisabilitas _ Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel*. 4(2), 104–115.
- Raya, A. Y. (2021). *HUBUNGAN ANTARA KUALITAS ISI KONTEN DAN KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI DENGAN MINAT MEMBACA*

BERITA DI AKUN INSTAGRAM @CEGATANSEMARANG PADA MASYARAKAT KOTA SEMARANG.

- Ruth, I., & Oishi, V. (2023). *PENGARUH KREDIBILITAS SUMBER DAN BRAN IMAGE ATHENA TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS (Survey Pada Follower Akun tiktok @dr Richard Lee)*. 7(2), 156–168.
- Santi, D., Nangi, J., & Ransi, N. (2020). *Implementasi Naïve bayes Clasifier dalam Klasifikasi Jenis Berita*. 10(1).
- Soraya, N. A., Gumilar, G., & Al-faqih, M. Z. (2023). *The Meaning of Citizen Journalism Ethics by Citizen Journalists of Tempo Witness in the Central Java Region*. 06(02).
- Staal, C., & Overgaard, B. (2023). *Mitigating the consequences of negative news : How constructive journalism enhances self-efficacy and news credibility*. *Mitigating the consequences of negative news : How constructive journalism enhances self-ef fi cacy and news credibility*. May. <https://doi.org/10.1177/14648849211062738>
- Wafi, A. A., Haes, P. E., Komunikasi, I., & Hukum, F. (2020). *Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemeberitaan Covid-19 (Studi kasus Tribun Bali Periode Maret – Juni 2020)*. 3, 31–37.
- Wicaksana, D. A., & Anggraini, R. (2023). *Pengaruh Instagram @ Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. 1(2), 55–76.
- Wilopo, Y. P. (n.d.). *PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DOUBLETREE BY HILTON SURABAYA*.

SUMBER BUKU

- M.Si., D. A. H. S. (2005). *JURNALISTIK ONLINE*. Simbiosis Rekatama Media.