

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Y. Lubis. 2014 Filsafat Ilmu: Klasik hingga Kontemporer. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada hlm. 165
- Adam, D., AJ, M., Susan L, J., & France, B. 2012. Sweetness and Food Preference. *The Journal of Nutrition*.
- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.
- Aluysi, S. D. 2019 Media sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana
- Andrews, J. C., dan Shimp, T. A. 2018. *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications*. United States of America: Cengage Learning.
- Anggito, A. dan Setiawan, J. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Ariyus, D. (2008). Pengantar Ilmu Kriptografi, Teori analisa dan Implementasi. Yogyakarta: Andi
- Armawati, (2012) Psikologi Komunikasi dan Tabligh. Jakarta: Amzah
- Avriyanty, R. 2012. Analisis Resepsi Penonton di Youtube Terhadap Konstruksi Gender dalam video music If I Were a Boy Karya Beyonce Knowles. Disertasi S1, Universitas Indonesia
- Bertens, K. 1981. Filsafat Barat dalam Abad XX. Jakarta: Gramedia
- BBC Indonesia. 2022. "Kandungan gula dalam minuman berpemanis jadi polemik, apakah penerapan cukai bisa jadi solusi?" Diakses 4 Agustus <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cnk8n1j480o>
- Bertrand, I., dan Hughes, P. 2005. *Media Research Methods: Audience, Institutions, Texts*. New York: Palgrave Macmillan.
- Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Caropeboka, Ratu Mutialela. 2017. *Konsep dan aplikasi ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- CCN Indonesia. 2022. "Esteh Indonesia Minta Maaf Usai Somasi Pelanggan." Diakses 21 Juli <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220929153134-92-854298/esteh-indonesia-minta-maaf-usai-somasi-pelanggan>
- Chandra, F. 2021. Sosial Media Marketing. Yogyakarta: DIVA Press
- Creswell, John W. dan J. David, Creswell. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles, SAGE.
- Darwanto Sastro Subroto, (1994) Produksi Acara Televisi. Yogyakarta: Duta Wacana University Press

- Deza, A. and Parikh, D. (2015) Understanding image virality“, Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition, 07-12-June-2015, pp. 1818–1826. doi: 10.1109/CVPR.2015.7298791.
- During, Simon. 1993. *The cultural studies reader*. New York: Routledge
- Dyatmika. 2020. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing
- Effendy, U. O. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Endraswara, Suwardi. 2003. *Metodologi Penelitian Sastra: (Epistemologi, Model, Teori, dan Aplikasi)*. Yogyakarta: FBS Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fathurizki, A., dan Malau, R. M. 2018. Pornografi dalam film: Analisis resepsi film “Men, women & children”. *ProTVF*, 19-35.
- Hadi, A Sudomo. (2008). *Pendidikan (Suatu Pengantar)*. Surakarta: UNS Press.
- Hadi, I. P. (2007). KHALAYAK MAYA DALAM MEDIA ONLINE: Studi Reception Analysis tentang Interaktivitas pada Teks Suara Surabaya. net. *Scriptura*, 1(2).
- Hall, S. 1973. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, Birmingham.
- Harrison, K. 2008. *Strategic Public Relations: A Practical Guide to Succes*. Perth: Century Consulting Group.
- Hasbiansyah, O. J. M. J. K. (2008). Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Heath, Robert L. dan W. Timothy Coombs. 2006. *Today's Public Relations: An Introduction*. California: Sage Publications.
- ITS Online. (2020, March 8). Cara Manfaatkan Algoritma Media Sosial bagi Pemasar Digital - ITS News. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). <https://www.its.ac.id/news/2020/03/08/cara-manfaatkan-algoritma-media-sosial-bagi-pemasar-digital/>
- Jensen, Klaus Bruhn dan Nicholas W. Jankowski. 2003. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge
- Ji, L., Catherine, H., & Laurette, D. 2011. Emotional reinforcement as a protective factor for healthy eating in home settings. *The American Journal of Clinical Nutrition.*, 254-261.
- Jones, M. O. 2007. Food Choice, Symbolism, and Identity: Bread-and-Butter Issues for Folkloristics and Nutrition Studies (American Folklore Society Presidential Address October 2005). *The Journal of American Folklore.*, 129-177.

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019, February 6). [HOAKS] Bumbu Masakan Mengandung Babi. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved November 16, 2023, from [https://www.kominfo.go.id/content/detail/16216/hoaks-bumbu-masakan-mengandung-babi/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16216/hoaks-bumbu-masakan-mengandung-babi/0/laporan_isu_hoaks)
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Status Literasi Digital di Indonesia 2022. Kementerian Komunikasi dan Informatika. <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022.pdf>
- Kritantono, Rachmat. (2015; 2018). *Public relations, issue & crisis management: pendekatan critical public relations, etnografi kritis & kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, R. 2020. Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Lesmana, G. N. A. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment Studi pada PT XL Axiata*. Disertasi S1, Universitas Indonesia.
- Ma'arif, M. R. (2017). ANALISIS KONTEN TWITTER DALAM KASUS BOIKOT SARI ROTI PASKA PERISTIWA AKSI BELA ISLAM 3 ANALYSIS OF TWITTER CONTENT IN CASE OF BOYCOTT SARI ROTI ON PRA-EVENT OF DEFENDING ISLAM 3. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 21(1), 59-70.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba. Humanika.
- Michael. Larkir, J. 2003. *Risk Issue and Crisis Management in Public Relations*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Mulyana, D. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja.
- Nasrullah, R. (2018). Riset khalayak digital: Perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan. Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nilamsari, N. 2014. Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Wacana* Vol (2). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/143>
- Nurjaman, K., & Umam., K. 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nurti, Y. 2017. Kajian Makanan dalam Perspektif Antropologi. *Jurnal Antropologi.*, 1-10.
- Nuzuli, A. 2022. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Jejak Pustaka

- Prayudi, S. M. 2016. *Manajemen Isu & Krisis*. Yogyakarta: LPPM UPN. "Veteran" Yogyakarta.
- Pujileksono, Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans. Publishing.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., & ... & Giswandhani, M. 2020. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rachman, R., dan Abadi, T. W. 2017. Komunikasi *word of mouth* dan keputusan pembelian batik Bangkalan. *Jurnal Aspikom*, 3(2), 285-295.
- Rizal, M. 2017. Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Objek Pariwisata di Indonesia Menggunakan Algoritma Pengelolaan Deep natural Language dari Ibm Insight Untuk Twitter, Disertasi S1 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Deepublish.
- Santoso, Muhamad Rizky. 2018. "Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya Tentang Berita Hoaks di Media Sosial." Disertasi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Stokes, Jane. 2003. *How to do media and cultural studies*. London: SAGE Publications.
- Storey, John. 1996. "*Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and The Methods*. Athens: University of Georgia Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutaryo, (2005) *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran
- Van Dijk. 2013. *The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press
- Watt, James H. dan Sjef A. Van den Berg, 1995. *Research Methods for Communication Science*. Boston: Allyn and Bacon.
- Wirartha, M. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wulan suci, A. p. (2023, Juli 20). Faktor Umum Yang Dipertimbangkan Oleh Algoritma Sosial Media. Mangcoding. Retrieved November 9, 2023, from <https://mangcoding.com/faktor-umum-yang-dipertimbangkan-oleh-algoritma-sosial-media/>