

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Kennedy, John E., & R. Dermawan Soemanagara. (2009). *Marketing Communication, Taktik & Strategy*. Jakarta : PT Buana Ilmu Populer, Kelompok Gramedia.

Mc Quail, Denis. 2006. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Alih bahasa oleh Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta:Salemba Humanika.

M Nistrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015 *.Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ruslan, Rosady.2005.*Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.

## **Jurnal :**

Hasugian, Jonner.(2006). *Penelusuran Informasi Ilmiah Secara Online: Perlakuan Terhadap Seorang Pencari Informasi sebagai Real User*: Jurnal Pustaka Vol. 2, No. 1, hal. 1.

Lasut Rianita, Tumbel L Altje. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Astra International TBK-Daihatsu Cabang Malayang Manado (Studi Kasus Pada Pembeli Produk Ayla). Jurnal Emba, Vol.5No2Juni,Hal1452-1462.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16212/15718>,

diakses Pada 08 Juli 2020, 23:00 WIB.

Sundawa Amelia Yusti, Trigartanti. (2017/2018). *Fenomena Content Creator di EraDigital*.Vol.4No.2

<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/11408/pdf>,diakses

Pada 12 Juli 2020, 09.00 WIB

Surhayanti, Almira Khairunnisa S.(2014).*Implementasi Strategi Marketing Public Relation Dalam Pengelolaan Citra Merek*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Journal Communication Spectrum, Vol. 4 No1.[http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal\\_Communication\\_spectrum/article/view/177/1372](http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/177/1372), diakses Pada 02 Juli 2020, 13:00 WIB.

## **Internet :**

[www.gazegaz.com](http://www.gazegaz.com) diakses Pada 3 Januari 2020, 10.00 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten> diakses Pada 4 April 2020, 11.00 WIB

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia#:~:text=Youtube%20menjadi%20platform%20yang%20paling,%25%2C%20dan%20Instagram%2079%25)

[indonesia#:~:text=Youtube%20menjadi%20platform%20yang%20paling,%25%2C%20dan%20Instagram%2079%25](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia#:~:text=Youtube%20menjadi%20platform%20yang%20paling,%25%2C%20dan%20Instagram%2079%25) diakses Pada 10 April 2020, 14.00 WIB.

<https://www.wartaekonomi.co.id/read215780/e-commerce-tumbuh-pesat-di-indonesia-ini-faktornya> diakses Pada 5 Mei 2020, 12.00 WIB.