

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. 2007. *Komunikasi Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Bina Aksara.

Azwar, S. 2015. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Berger, Charles, R. dkk. 2015. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.

Brizendine, L. 2006. *The Female Brain*. dari <http://www.goodreads.com>

Budiargo, D. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Karjaluoto, E. 2008. *A Primer in Social Media: Examining the Phenomenon, its Relevance, Promise and Risks*. dari <http://www.smashlab.com/media/white-papers/a-primer-in-social-media>

Kovach, B. Rosenstiel, T. 2012. *Blur*. Kebon Sirih, Jakarta Pusat: Dewan Pers.

Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.

McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

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

Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta PT. Rajagrafindo Persada.

Prajarto, N. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Banten: Universitas Terbuka – Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi.

Rakhmat, J. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Shimp, AT. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.

Siregar, Ballian. 2019. "Framing Berita Capres-Cawapres Pada Pilpres 2019 Di Harian Umum Republika Dan Koran Tempo." *Komunikologi* 16(1):7–17.

Soyomukti, N. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

Vardiansyah, D. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia.

Jurnal :

Rumondang Eliza Maria Sinaga, Andriani Kusumawati, 2018, *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id> . 25 November 2019.

Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Harilama, 2017, *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. <https://repository.uma.ac.id> . 25 November 2019.

Elly Anggraeni, Khasan Setiadji, 2017, *Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*. <https://journalunnes.ac.id> . 25 November 2019.

sumber lain :

<https://m.bernas.id/51098-pahami-perbedaan-jumlah-kata-dan-komunikasi-pria-dan-wanita-agar-rumah-tangga-harmonis.html>

<https://www.neliti.com>

<https://m.bernas.id/51098-pahami-perbedaan-jumlah-kata-dan-komunikasi-pria-dan-wanita-agar-rumah-tangga-harmonis.html>