

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham A, *Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube*, (Surabaya : Reform Media, 2011) hal 37.
- Anton M. Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1991) hal 964.
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 72-73.
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 77.
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 84.
- Ardianto E.L, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Rekatama Media, 2004) hal 4.
- Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta : PT. Elexmedia Komputindo, 2008) hal 1.
- Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta : PT. Elexmedia Komputindo, 2008) hal 3.
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung : Penerbit Nuansa Merdeka, 2014) hal 31.
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia, 2014) hal 104.
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia, 2014) hal 103.
- Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta : Erlangga, 1992) hal 71.
- Edwin T. Vane, Lynne S. Gross, *Programming For TV, Radio, And Cable*, (Boston-London : Focal Press, 1994) hal 107.
- Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004) hal 30.
- Habermas Jurgen, *The Structural Transformation Of The Public Sphere : An Inquiry Into A Category Of Bourgeois Society*, (Cambridge : Polity, 1989) hal 27.
- Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 165

Hendry Mintzberg & James Brian Quinn, *The Strategy Process : Concept, Contest, Cases*, (New Jersey : Prentice-hall, 1991) hal 5.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, *Kedaulatan Frekuensi*, (Jakarta : Penerbit Buku KOMPAS, 2013) hal 165.

Morrison, MA, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, (Jakarta : Kencana, 2008) hal 101.

Morrison, MA, *Manajemen Media Penyiaran*, (Cetakan 3; Jakarta : Kencana, 2011) hal 209.

Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005) hal 62.

Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single & Multi Camera*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2004).

Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2016) hal 88.

Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2016) hal 89.

Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2016) hal 90.

Peter K. Pringle dkk, *Electronic Media Management*, (Boston-London : Focal Press, 1991) hal 104.

Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014) hal 1.

Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014) hal 2.

Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014) hal 2.

Setyobudi Ciptono, *Pengantar Teknik Broadcasting Televisi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005) hal 43.

Soejono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : Rajawali Press, 1982) hal 238.

Sumber lain :

Dadang ITS. 2017. YouTube atau Televisi. Diakses di <https://www.its.ac.id/news/2017/01/28/youtube-atau-televisi/> pada 22 Oktober 2019 pukul 18.54 WIB.

Diaz Praditya. 2018. 3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia. Diakses di <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia> pada 22 Oktober 2019 pukul 17.50 WIB.

Giovanni, Angelita Ratna. (2017). Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya Terhadap Program Acara My Trip My Adventure Di Trans TV, dalam Jurnal E-Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, Volume 4 Nomor 1 (2017): 4. Diakses di <https://media.neliti.com/media/publications/189579-ID-persepsi-mahasiswa-pecinta-alam-surabaya.pdf> pada 14 Desember 2019, pukul 21.48 WIB.

Loka, Putri Tiara dan Devi Purnamasari. 2019. Analisis Tindak Tutur Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 4 Semarang Dalam Mensosialisasikan SOP Tentang Rekomendasi Ibu Hamil (Studi Kasus Ibu Melahirkan Di KA Kertajaya Lebaran), dalam Jurnal Audience, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Volume 2 Nomor 1 (2019): 79. Diakses di https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/download/2696/1607&ved=2ahUKEwit897IxYPnAhXBW3wKHW1OAZAQFjAFegQIBRAB&usg=AOvVaw1gBE4eWj_4i9BSpHSGRm4y pada 14 Januari 2020, pukul 23.57 WIB.

Meinard, Nissy Ariana. (2018). Pemaknaan Kreator Konten Youtube: Studi Fenomenologi Kreator Konten Tim2one Chandra Liow Dan Usama Harbatah Memanfaatkan Media Baru. Skripsi: Universitas Multimedia Nusantara. <http://kc.umn.ac.id/5140/> pada 27 Desember 2019, pukul 20.12 WIB.

Nangsia, Ayu Septiani. (2018). Penggunaan Web Series Di Youtube Sebagai Strategi Kreatif Arfa Barbershop Dalam Membangun Brand Image Truly Manly. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/22693> pada 27 Desember 2019, pukul 21.03 WIB.

Pratiwi, Diah Fitri. 2016. Strategi Kreatif Web Series Jalan–Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia. Skripsi: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Diakses di <http://repository.fisip-untirta.ac.id/793/1/STRATEGI%20KREATIF%20WEB%20SERIE%20JALAN%20%20JALAN%20MEN%20DALAM%20MENGEMAS%20KONTEN%20BUDAYA%20INDONESIA%20-%20Copy.pdf> pada 12 Januari 2020, pukul 17.37 WIB.

Sholihah, Almaratus. 2017. Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Acara Religi. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Diakses di http://digilib.uin-suka.ac.id/27115/1/12210100_BAB-

I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf pada 14 Desember 2019, pukul 22.49 WIB.

Sundawa, Yusti Amelia dan Wulan Trigartanti. (2017). Fenomena Content Creator di Era Digital, dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat, Volume 4 Nomor 2 (2018). Diakses di <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/viewFile/11408/pdf> pada 11 Desember 2019, pukul 15.48 WIB.

Trisnani. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat, dalam Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika, Volume 6 Nomor 3 (2017): 2. Diakses di <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/download/1227/692> pada 23 Juni 2019, pukul 12.01 WIB. Youtube. Tentang. Diakses di <https://www.youtube.com/intl/id/about/> pada 22 Oktober 2019 Pukul 18.03 WIB.

Youtube. Diakses di <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/creative-75fundamentals-bootcamp?hl=id#strategies-zippy-link-3> pada 12 Januari 2020, pukul 17.39 WIB.

Youtube. 2017. Youtube Creators for Change Yearly Report 2016-2017. <https://static.googleusercontent.com/media/www.youtube.com/en//creators-for-change/static/pdf/yearly-report.pdf> diakses pada 10 Januari 2020, pukul 23.06 WIB.