

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, C. (2019). *Intrepetasi Khalayak Dalam Tayangan Pembukaan Asian Para Games 2018 Ssegmen Bulan Karunia (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Penyangang Disabilitas Dalam Tayangan Pembukaan Asian Para Games 2018 di Youtube)*.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Resume: Instrumen Pengumpulan Data. *Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)*.
- Attamimi, M. P. (2019). *Interpretasi Khalayak Terhadap Iklan Ramayana Versi# Kerenlahirbatin Menyambut lebaran di Youtube (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal & Nonverbal)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet. Jakarta Selatan., PT TransMedia*.
- Daryanto. (2011). *Ilmu Komunikasi*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis pengaruh penggunaan media baru terhadap pola interaksi sosial anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan ke-23. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Famous.id. (2017). *7 Jenis Video Vlog yang Populer di YouTube Indonesia*. Brilio.Net. <https://www.brilio.net/video/personality/7-jenis-video-vlog-yang-populer-di-youtube-indonesia-170224q.html>
- Faradina, N. (2016). *Penerimaan Diri Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus* (Vol. 4, Issue 1).
- Harahap, E. P., Rahardja, U., & Salamuddin, M. (2019). Aplikasi Panduan dan Pembayaran Tiket Masuk Mendaki Gunung Menggunakan Metodologi Sistem Multimedia Luther-Sutopo. *Sains Dan Teknologi Informasi*, 4(2), 9–16.
- Hegarty, E., Campbell, C., Grammatopoulos, E., DiBiase, A. T., Sherriff, M., & Cobourne, M. T. (2017). YouTube™ as an information resource for orthognathic surgery. *Journal of Orthodontics*, 44(2), 90–96.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Kusmiati, Y. (2018). Warisan Sosial sebagai Salah Satu Fungsi Komunikasi Massa. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars, Series 1*, 339–344.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi Edisi 9* (Terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan. *Jakarta: Salemba Humanika*).

- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 77–95.
- Norhabiba, F., & Putri, S. A. R. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8–15.
- Nurma Siregar. (2020). *5 Akun YouTube Buat yang Hobi Naik Gunung, Berasa Ikut Mendaki!* IDNTimes. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/nur-mar-a-siregar/5-akun-youtube-buat-yang-hobi-naik-gunung-berasa-ikut-mendaki-c1c2-1/5>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Simon Kemp. (2020). *New Tab*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Sugiyono, P. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Syaipudin, L. (2019). Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. *Kalijaga Journal of Communication*, 1(2), 165–178.
- Syarifah Usmah. (2021). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Acara Talkshow Di Tengah Pandemi Virus Corona : Studi Deskriptif Permirsaa Televisi Dr.Oz Indonesia Trans TV*. 55–55.
- Utari, P. (2011). Media sosial, new media dan gender dalam pusaran teori komunikasi. *Bab Buku Komunikasi*, 2.
- Vania Rossa, & Lilis Varwati. (2020, October 1). *Djukardi Bongkeng Andriana, Perjalanan 50 tahun mendaki Guning di Dunia*. Suara.Com.