

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*.

Effendi, O. U. (2003). *Ilmu – Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Iska, Zikri Neni. (2006). *Psikologi Pengantar Pemahaman Diri dan Lingkungan*. Jakarta; Kizi Brother's

Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Kotler, Philip., dan Keller, Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga

M, Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: KOBIS

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

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V.Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami)*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

Sujianto, AE. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka

Skripsi dan Jurnal :

Alditya, Sendy Darlis. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Karyawan Transcorp Dalam Mencari Informasi Partai Politik Islam*. Jakarta: Universitas Islam Negeri.

- Bachtiar, Cendekiawan Aziz. (2015). *Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Kesehatan (Analisis Epic Model pada Followers Twitter @infoimunisasi PT. Biofarma (Persero))*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Cleber, Glen., dan Martin, Royston. (2009). *Digital Cultures*. New York: Open University
- Dianita, Novia. Kurnia, Iis & Rahmasari, Gartika. (2018). *Efektivitas Akun Komunitas Instagram @1000 guru bdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Jurnal: Profesi Homas. Volume 3, No. 1, Hal. 81-101.
- Irawan, Deny., dan Japariato, Edwin. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1 No. 2 1-8
- Ishak. (2006). *Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS)FK-UI dalam Memenuhi Tugas Journal reading*. Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi. Vol. 2 No. 2.
- Kaplan, Andreas., dan Haenlein, Michael. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Journal Business Horizons, Vol. 53 No. 1
- Kinanti, Syafira Putri., dan Satria, Berlian Primadani. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoind Terhadap Brand Equity Zap Clinic*. Jurnal Komunikasi, Vol. 9 No. 2 Hal. 53-64.
- Laksono, Agung Dwi., Wulandari, Ratna Dwi. (2011). *Analisis Potensi Penyebaran Informasi Kesehatan Melalui Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada 'Forum Jejaring Sosial Peduli AIDS')*. Buletin Penelitian Sistem Kesehatan – Vol. 14, No. 4 Oktober 2011: 358-365.
- Nensia, Sita. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Terhadap Brand Image Coffee Shop (Studi Pada Followers Account Instagram @Dw_Coffee Di Kota Malang)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Prasanti, Ditha. (2017). *Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital*. IPTEK-KOM, Vol. 19, No. 2 Desember 2017: 149-162.
- Rosalin, Elin. (2008). *Pemanfaatan Perpustakaan dan Sumber Informasi*. Bandung: Karsa Mandiri Persada.
- Rosini., Nurningsih Siti. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pencarian Dan Komunikasi Informasi Kesehatan*". Berkala Ilmu Pengetahuan dan Informasi. Vol 14 No.2.

Medina, Zahra., Christin, Maylanny., Malau Ruth. *Motif Penggunaan Aplikasi LINE WEBTOON (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Official LINE WEBTOON ID)*. e-Proceeding of Management: Vol.3, No.3 December 2016

Sumber Online :

Ambar. (2017). "15 Teori Komunikasi Massa Menurut Para Ahli dan Pengertiannya" <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-massa> diakses pada 19 Februari 2019 pukul 03:54 WIB

Andi. (2019). "HootSuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2019" <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> diakses pada 9 April 2019 pukul 10:26 WIB

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). "Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017" <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017> diakses pada 9 April 2019 pukul 13:34 WIB

