

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot, M.L. & McKinney, J. (2013). *Understanding and applying research design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Andito, (2005). *Atas Nama Agama, Wacana Agama Dalam Dialog Bebas Konflik*. Pustaka Hidayah: Bandung.
- Andre, Rinanto. (1982). *Peranan Media Audio Visual dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Yayasan Kanisius.
- Asmuni Syukir. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. akram Surabaya: Al-Ikhlash.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Arsyad, Azhar. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, T.Y., Nursih, I. & Praceka, P.A. (2014) Pemanfaatan jejaring Sosial Soundcloud Sebagai Media promosi Band Indies Myviolaine Morning.
- Beebe, Steven A, Beebe, Susan J & Ivy, Diana K. (2010) *Communication Principles for A Lifetime*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Betari Kiranasari. (2014). Faktor-faktor yang menentukan Online Seller memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Indonesia.
- Cahyono, Anang Sugeng. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal. Universitas Sisingamangaraja XII: Tapanuli Utara.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed), (2009), *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchyana. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Enterprise, Jubilee (2019). *Jadi Youtuber (A-Z)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Databoks. Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa? (3 Agustus 2021). Diperoleh melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Ghufron, N. M., & Rini Risnawita S. (2016). *Teori-teori Psikologi*, Jogjakarta: Ar-ruzz Media.
- Gie, The Liang. 1976. *Garis Besar Estetik (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: UGM.
- Gonzalez bailon, S. and Nina Wang. (2016). "The Anatomy Of Protest Campaigns In Social Media." Dalam *Sosial Networks*.
- Gunawan, Adi W. (2007) *The Secret of Mindset*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- González-Bailón, S, and Nina Wang. (2016). *The Anatomy Of Protest Campaigns In Social Media. dalam Social Networks*. 44: 95-104.
- Hughes, Amanda, David, Galbraith & White, David. (2011) *Perceived Competence: A Common Core for Self-Efficacy and Self Concept?*. p. 278-289.
- Hurlock, Elizabeth B.. 2003 *Psikologi Perkembangan*. Jakarta. Erlangga.
- Huotari, Ulkuniemi, Saraniemi, Malaska. (2015). *Analysis of Content Creation in Social Media by B2B Companies*. Jurnal. Firlandia: Oulu Business School, University of Oulu.
- Heychael & Sarwono, dkk. (2015). *Hakikat Komunikasi Massa dan Era Informasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Littlejohn, Stephen W. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. hlm. 231
- Lockyer, J. (2008). *Evaluation of Learning Outcomes in Web-Based Continuing Medical Education*. *Academic Medicine*, 81 (10).
- Luxemburg, Jan Van dkk. 1984. *Pengantar Ilmu Sastra (Terjemahan Dick Hartoko)*. Jakarta: Gramedia.
- McQuail, Dennis. (2010). *Mass Communication Theory, 6th Edition*. London: Sage Publication Ltd.
- MCLUHAN, M. (1964) *Understanding Media: The extensions of man*, New York, McGraw-Hill.
- Mega Silvia. (2019). *Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @pejuang.mahar)* (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Program Sarjana Ilmu Komunikasi. Bandung.Indonesia.
- Munadi, Y. (2008). *Media Pembelajaran Sebuah Pendekatan Baru*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Nassar, Islam A. dkk. (2013). *Relation between Social Network and Da'wah to Islam A case study on Jordanian students*. *International Journal on Islamic Applications in Computer Science And Technology*, 1(1), hlm. 9-18.

- Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Nur Fauziyah R. (2015). Efektivitas Penggunaan Alat Bantu Reaksi Gerakan Tangan Bagi Kaum Disabilitas (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Program Sarjana Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Jurusan Pendidikan Teknik Elektro, Bandung.Indonesia.
- Oemir, Hamalik. (2004). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- PT. BIMA SOLUSI DIGITAL. Perkembangan Media Komunikasi Di Era Digital (14 September 2018). Diperoleh melalui <https://business.bima.co.id/post/article/perkembangan-media-komunikasi-di-era-digital/> diakses pada tanggal 2 Maret 2021.
- Purwanto, Djoko. (2006). *Komunikasi Bisnis Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Qadaruddin. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Parepare. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Nasrullah Rulli. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publi Habermas. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Vol. 4 No.1
- Riswandi, (2013). Psikologi Komunikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 97.
- Rusli, Nurdin (2013). Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholar. *Journal Islamic Communications*, 03(1).
- Rusman, (2012). *Model-model Pembelajaran: Mengembangkan Profesionalisme Guru*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sarwono, Sarlito W & Meinarno, Eko A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Setiawan, Wawan. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan. Sukabumi, Indonesia.
- Setiawan, Agus. (2011). *Cara Mudah Banjir Order melalui Internet Marketing*. Malang: Madza
- Setiawan, Anggito. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.

- Senft, M. T. (2008). *Cangirls: Celebrity dan community in the age of social networks* New York, USA: Peterlang Publishing.
- Sundawa dan Trigartantri. (2018). Fenomena conten creator. Prosiding hubungan masyarakat. Universitas Islam Bandung.
- Sundawa, Y.A., Trigartanti, Wulan. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. Prosiding Ilmu Hubungan Masyarakat. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Vol 2, 438-439.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Suharianto. (2005). *Dasar-Dasar Teori Sastra*. Surakarta: Widya Duta.
- Umiarso., & Elbandiansyah, (2014). *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik Hingga Era Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Vidi, dkk. (2019) Cyberpragmatic Analysis of Indonesian Opposition Politicians' Tweets. Jurnal: research gate.
- West, Richard & Lynn H, Turner. (2007) *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Wiyanto. (2005). *Model-Model, Media, dan Strategi Pembelajaran Kontekstual (Inovatif)*. Bandung: Yrama Widya.
- Yahya dkk. (2020). Dakwah di youtube: upaya representasi nilai islam oleh para content creator. Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah) Vol.20, No.1
- Youth Manual. (2015). *Analysis of Content Creation in Social Media by B2B Companies*. Jurnal. Firlandia: Oulu Business School, University of Oulu, hlm. 372.