

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., Sukmawan, F., & Utari, D. A. (2016). MEDIA SOSIAL DAN PENGEMBANGAN HUBUNGAN INTERPERSONAL REMAJA DI SIDOARJO. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 95.
- Andono, D. P. N. (2012). *Analisa Metode K-Nearest Neighbor Dalam Peramalan Penjualan Mobil Pada PT Karya Zirang Utama*. 10.
- Aprilia, A., Wijaya, J., & Wiyanto, Y. (n.d.). *ANALISA PENGARUH TIPE KEPRIBADIAN DAN GAYA KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS MANAGER HOTEL "X" SURABAYA DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA DAN MENINGKATKAN PUBLISITAS*. 10.
- Fitri, S. (2017). DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL ANAK. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>
- Hardiyanti, R. (2013). *Burnout Ditinjau Dari Big Five Factors Personality Pada Karyawan Kantor Pos Pusat Malang*. 01, 18.
- Karyadi, S., Yasin, H., & Mukid, M. A. (2016). *Analisis Kecendrungan Informasi Dengan Menggunakan Metode Text Mining (Studi Kasus: Akun twitter @detikcom)*. 5(4), 8.
- Maulidi, A. (n.d.). *KESANTUNAN BERBAHASA PADA MEDIA JEJARING SOSIAL FACEBOOK*. 8.
- Mutia, I., Irfansyah, P., & Widya, L. P. (2016). Pengaruh Jejaring Sosial Facebook Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Teknik Informatika Di Universitas. *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 2(2). <https://doi.org/10.26418/jp.v2i2.17632>
- Priianti, K. R., & Wijaya, H. (2014). *Aplikasi Text Mining untuk Automasi Penentuan Tren Topik Skripsi dengan Metode K-Means Clustering*. 2(1), 6.
- Priyanto, A., & Ma'arif, M. R. (2018). *Implementasi Web Scraping dan Text Mining untuk Akuisisi dan Kategorisasi Informasi Laman Web Tentang Hidroponik*. 1(1), 9.

- Purwiantoro, M. H. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)*. 1(1), 10.
- Rismawan, T. (2016). *Aplikasi Klasifikasi Jenis Tumbuhan Mangrove Berdasarkan Karakteristik Morfologi Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor (KNN) Berbasis Web*.
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86.