

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* . Jakarta: Prenada Media Group.
- Nisrina , M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta : Kobis
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosoteknologi*. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Punaji, Setyosari. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta Kencana
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta. Nuha Medika.
- Seto Mulyadi dkk, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Soyomukti, Nurani. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Internet :

<https://www.pelajaran.co.id/2018/26/pengertian-karakteristik-fungsi-jenis-dan-dampak-media-sosial-menurut-para-ahli.html> Diakses Pada hari Selasa, 3 Desember 2019

<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli> Diakses pada Hari Rabu , 4 Desember 2019

<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.htm> Diakses pada Hari Rabu , 4 Desember 2019

Fauziah, Ririn. 2012. *Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Media Massa (Studi Deskriptif di Komplek Banjar Agung Indah, Kota Serang (Skripsi)*. Serang : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.

Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi, Vol 5 (1)*.