

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. P. (2016). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (Studi Pada Pengguna Akun Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang). <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/32650>
- Ardianto, E. K, dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatana Media
- Ayuningtyas, J. (2020). *Analisa Akibat Hukum Terhadap Sosial Media Yang Menayangkan Konten Judi Online* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang). <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/62082>
- Banister, P. (1994). *Qualitative Methods in Psychology A Research Guide*. Open University Press: Buckingham
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Wisyaloka IKIP Widya Darma*, 5(3), 261-278. <https://ikipwidyardarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>.
- Desmita, (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- DR.Mahi M. Hikmat, (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Erlangga
- Jessica, S. (2020). *Analisis Persepsi, Kesadaran Merek Dan Minat Beli Masyarakat Non Mulsim Milenial Di Kota Padang Dalam Merespon Iklan Kosmetik Halal "Wardah" Di Media Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas). <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/65422>
- Kartono, K. (1981). *Patologi Sosial Jilid I*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Komala, L. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses dan Konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja

- Rosdakarya  
\_\_\_\_\_. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nalendra, M. A. S., Sihombing, R. M., & Piliang, Y. A. (2019). Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Model Anak-Anak dalam Iklan TV (studi kasus iklan susu formula merek SGM). *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 10(1). <http://dx.doi.org/10.5614%2Fjkw.2019.10.1.1>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Ningrum, F. K., & Syarah, M. M. (2019). Instagram Dan Twitter Sebagai Strategi Humas Pt Jasa Marga (Persero) Tbk Dalam Meningkatkan Pelayanan. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2), 122-133. <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/komunika/article/view/424>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3 ed.). California: Sage Publishing.
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Gaya, Kode dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Poerwandari. (1998). *Pendekatan kualitatif dalam penelitian psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Rahman, J., & Kom, S. (2017). Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. *Journal* <https://kalsel.kemenag.go.id/files/file/artikelprakom/15162891659956.pdf>.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>
- Regina, R. (2017). *Persepsi Followers terhadap Iklan melalui Akun Instagram Kuliner Mi Pedas di Kota Malang (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Akun Instagram@ koberbar@ miegalau@ miejogingmalang sebagai*

*media iklan*) (Skripsi, Universitas Brawijaya).  
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/4976>

- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Santoso, C. B. (2018). *Motif pembaca suplemen khusus Persebaya di koran Jawa Pos* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).  
<http://repository.wima.ac.id/id/eprint/14718>
- Shimp, A.T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*. Jakarta :Erlangga.
- Sugiyono, (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Suhada, R. (2017). *Makna Judi Online Bagi Remaja Di Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).  
<http://repository.unair.ac.id/id/eprint/70265>
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Penerbit Bandung: Andi.
- Syafril, Y. (2018). Persepsi Siswa Sma Terhadap Postingan Akun Memecomicindonesia dan Akun Dagelan di Instagram (Studi Pada Siswa “Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta” dan “Sma Negeri 1 Pakem Sleman”).  
<https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/9558>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.  
<http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>