

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyati, M. A. (2021). *Kekerasan Verbal di Konten Youtube Indonesia Dalam Perspektif Kultivasi Cultivation Perspective*. 5(2).
- Ahmadi, D., & Yohana, N. (2007). Kekerasan di Televisi: Perspektif Kultivasi. *Mediator : Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v8i1.1154>
- Argadita, W. N. R. A. (2019). *Relasi Antara Orangtua dan Anak Pada Remaja Pelaku Delinkuensi*. Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Kedua* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (IV; A. Faw). Pustaka Pelajar.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). *e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 1. Tahun 2017*. VI(1).
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosda Karya.
- Fatmasari, A. E., & Sawitri, D. R. (2020). Kedekatan Ayah-Anak di Era Digital: Studi Kualitatif pada Emerging Adults. *Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi Umby*, 1–11.
- Fensi, F. (2018). Membangun Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dengan Anak Dalam Keluarga. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 1(1), 47–55. <https://doi.org/10.30813/jpk.v1i1.1005>
- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.
- Handayani, D. S., Sulastri, A., Mariha, T., & Nurhaeni, N. (2017). Penyimpangan Tumbuh Kembang Anak dengan Orang Tua Bekerja. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 20(1), 48–55. <https://doi.org/10.7454/jki.v20i1.439>
- Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *Dunia Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 3(4), 37–42.
- Hidayati, F., Veronika, D., & Kaloeti, S. (2012). Peran Ayah dalam Pengasuhan Anak. *Jurnal Psikologi*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jpu.9.1>
- Juju, & Sulianta, F. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. Elex Media Komputindo.
- Khairani, R., & Shaleh, R. (2019). Kepentingan Ekonomi-Politik Media Dalam Pemberitaan Pada Media Cetak Serambi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(4), 1–15. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP

- Kusuma, A., Putri Purbantina, A., Rani, C., Riswari, A., & Tutiasri, R. P. (2020). Is Online Media More Popular Than Traditional Media To Advertise a Brand in the Digital Age? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 16–24. <http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/62>
- Lingga, G., Kusuma, A., Sekolah, P., & Desain Bali, T. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 259–265.
- Mahdi, M. (2019). Membangun Relasi Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Sikap Sosial Remaja. *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 8(2), 102–125. <https://doi.org/10.24235/edueksos.v8i2.4844>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (C. Anwar). Zifatama Publisher.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication (6th Edition Theory)*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (4th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (18th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Musyaffa, Q. N., & Dunan, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Terhadap Generasi Millennial Melalui Akun Instagram. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 152–159. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.59>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi* (2nd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Parmanti, P., & Purnamasari, S. E. (2015). Peran Ayah Dalam Pengasuhan Anak. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 17(2), 81. <https://doi.org/10.26486/psikologi.v17i2.687>
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.1628>
- Putri, G. I., & Candraningrum, D. A. (2019). Pemanfaatan Social Traffic untuk Meningkatkan Page Views Pada Video “Gagasan Isengin Acil! Leri Marah” di Akun Youtube dan Instagram Dalang Pelo. *Prologiaa*, 3(2), 519–524. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6409>
- Rakhmat. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rezi, M. (2018). *Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Phoenix Publisher.
- Ri'aeni, I. (2015). Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 187–197. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>
- Safitri, E. M. (2020). *Membangun Relasi yang Baik antara Orangtua dan Anak*. 10 Agustus.

<https://yayasanpulih.org/2020/08/membangun-relasi-yang-baik-antara-orangtua-dan-anak/>

- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(4), 540. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15251/14974>
- Sesar, A. D. (2020). *Mengenal Media Sosial Youtube*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/sesarrrrr/584a24c506b0bd7a0732fdf7/media-sosial-youtube>
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- Sugihartati, R. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. Pusat Hubungan Masyarakat.
- Triyanto, E., Setiyani, R., & Wulansari, R. (2014). Pengaruh Dukungan Keluarga dalam Meningkatkan Perilaku Adaptif Remaja Pubertas. *Jurnal Keperawatan Padjadjaran*, v2(n1), 1–9. <https://doi.org/10.24198/jkp.v2n1.1>
- Victorine, D. Y., & Gutama, T. A. (2020). Relasi Gender Dalam Keluarga Perempuan Ojek-Online Di Surakarta (Studi Deskriptif Pada Keluarga Perempuan Ojek-Online Go-Jek di Surakarta). *Journal of Development and Social Change*, 2(2), 33. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v2i2.41665>
- Wati Evelina, L. (2020). Peran Media Sosial Kamibijak.id dalam Menciptakan Akses Daring Ramah Disabilitas Untuk Teman Tuli. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 20–36. <http://ejournal.amikompuwokoerto.ac.id/index.php/AGUNA/>
- Widaningsih, T. T., Santoso, B., & Fahmi, H. A. (2021). Representasi Nasionalisme sebagai Personal Branding Suporter Bulutangkis Haryanto di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4568>
- Widjayanti. (2016). *Ilmu Sosial di Indonesia Perkembangan dan Tantangan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Zainul, M., & Azmussyah, A. (2021). Menilik Bentuk Komunikasi Antara Anak dan Orang Tua. *Jurnal Penelitian Tarbawi: Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial*, 6(2), 17–23.

<https://doi.org/10.37216/tarbawi.v6i2.449>