

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mohammad & Asrori Mohammad. (2014). Psikologi Remaja. Jakarta: Paragonatama Jaya
- Andhika, Dimas. (2021, 16 April). Ade Armando Sebut Atta Halilintar Pamer Kemewahan, Netizen: Yang Penting Bukan Duit Korupsi. Diakses pada Okezone.com
<https://celebrity.okezone.com/read/2021/04/16/33/2395762/ade-armando-sebut-atta-halilintar-pamer-kemewahan-netizen-yang-penting-bukan-duit-korupsi>
- Angelia, Diva. (2022, 15 Mei). YouTube Jadi Platform Hiburan Favorit Masyarakat Indonesia 2022 <https://goodstats.id/article/youtube-jadi-platform-hiburan-favorit-masyarakat-indonesia-2022-kWz6C>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (E. deffi Lestari (ed.)). CV Jejak.
- Arthur O Sullivan, 2003, "Urban Economics", 5 st edition, New York, McGraw Hill.
- Carr, Caleb T. and Hayes, Rebecca A. 2015. Social Media: Defining, Developing, and Divining, Atlantic Journal of Communication.
- CNN Indonesia. (2022, 12 April). Profil dan Rekam Jejak Kontroversi Ade Armando. Diakses pada [artikel CNN Indonesia https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220412111038-20-783597/profil-dan-rekam-jejak-kontroversi-ade-armando](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220412111038-20-783597/profil-dan-rekam-jejak-kontroversi-ade-armando).
- Desiderato, O, D.B. Howieson, J,H, Jackson. (1976). Investigating Behavior: Principles Psychology. New York: Harper and Row Publishers
- Dewindah. (2021, 22 Juli). Survei Kemenag: Masyarakat Indonesia semakin Religius di masa Pandemi. Diakses pada <https://balitbangdiklat.kemenag.go.id/berita/survei-kemenag-masyarakat-indonesia-semakin-religius-di-masa-pandemi>

- Eka, Vania. (2021, 16 April). Disindir Ade Armando Pamer Kekayaan, Atta Halilintar Berikan Jawaban Menohok. Diakses dari Sindonews.com <https://lifestyle.sindonews.com/read/398694/187/disindir-ade-armando-pamer-kekayaan-atta-halilintar-berikan-jawaban-menohok-1618538696>
- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 3(1), 1–15.
- Ginee. (2021, 09 November). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!. Diakses pada Ginee.com <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Istibsaroh, Nur. (September, 2022). Simak yuk ini tips dan trik membuat konten edukasi di era digital. diakses pada laman <https://jateng.antaranews.com/berita/464461/simak-yuk-ini-tips-dan-trik-membuat-konten-edukasi-di-era-digital#:~:text=Menurutnya%20konten%20edukatif%20merupakan%20konten,marketing%20brand%20bagi%20konten%20kreator.>
- Jensen, K. B., & Nicholas, W. J. (n.d.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Masa Communication Research*.
- Kotler, P and G. Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi 12. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*.
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada

- Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(September), 1.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif komunikasi, budaya dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhanifah. (2021). Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Remaja. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study* 7 (2) 116-124
- Nur, Rakhmat. (2022, 4 Desember). Profil Ade Armando, Pegiat Media Sosial dan Dosen UI yang Dikeroyok Saat Demonstrasi 11 April. Diakses pada artikel Kompas.com <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/04/12/12205711/profil-ade-armando-pegiat-media-sosial-dan-dosen-ui-yang-dikeroyok-saat?page=all>
- Patnistik, Egidus. (Desember, 2021). Kritik Sosial dapat Dituangkan dalam Berbagai Medium, Tak Hanya Lirik Lagu. diakses pada Kompas.com <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/16/070000465/kritik-sosial-dapat-dituangkan-dalam-berbagai-medium-tak-hanya-lewat-lirik?page=all>
- Rahmana, S. (2011). *Budaya, Media, Bahasa: Teks Utama Rancangan Cultural Studies*.
- Rajakomen.com. (2021). Diakses pada <https://rajakomen.com/blog/apa-itu-subscriber-dan-manfaat-subscribe-di-youtube-950a311106.php>
- Santrock, J.W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Karya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.
- Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta dan Jojoe. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 39.

<https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.142>

Tjanatjantia. Widika. (2013). *Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia*. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>.

Voi.id. (2021, 14 April). Disindir Atta Halilintar 'Orang Iri Tanda Tak Mampu,' Ade Armando Bereaksi: Ini Soal Etik, Bukan Personal!. Diakses pada <https://voi.id/berita/44292/disindir-atta-halilintar-orang-iri-tanda-tak-mampu-ade-armando-bereaksi-ini-soal-etik-bukan-personal>

Wiedmann, K. P., Hennigs, N., & Siebels, A. (2009). Value-based segmentation of luxury consumption behavior. *Psychology & Marketing*.