

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., & Chotimah, O. (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA. *Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Afif, A., Susanto, E., & Hermawansa. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Youtube Terhadap Hasil Belajar Siswa. *Computer and Informatics Education Review-CIER*, 1(1), 5–9.
- Amalia, S., Karomatan, T., & Ridwan, W. I. (2023). Pengaruh Penggunaan Chat Gpt Sebagai Content Creation Dalam Membangun Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(2), 525. <https://doi.org/10.33603/publika.v1i1i2.8856>
- Ardiansyah, F. (2017). Analisis retorika basuki tjahaja purnama dalam kampanye rakyat pemilihan kepala daerah khusus ibukota jakarta di rumah lembang 2017 (kajian retorika aristoteles). *Journal Bapala Unesa*, 2017(1), 1–16. <https://www.neliti.com/publications/243606/analisis-retorika-basuki-tjahaja-purnama-dalam-kampanye-rakyat-pemilihan-kepala>
- Arianto, A., Alfikri, M., & Muary, R. (2022). Komunikasi Persuasif Dalam Mengkampanyekan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Dinas Kesehatan Pasaman Barat. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2595–2604. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.403>
- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI).” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.462>
- Azahra, A., & Rohman, M. F. (2023). ANALISIS DOMINASI KATA PERSUASI DALAM POSTER KEGIATAN P5 SISWA KELAS VII SEBAGAI BENTUK PENCEGAHAN BENCANA ALAM. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 14(2), 401–414.
- Billi Anidiatama Rahmawan, & Ade Yunita Mafruhah. (2023). Pengaruh Cryptocurrency terhadap Aktivitas Ekonomi: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 61–68. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1974>
- Budiarsa, Y. T., & Pandiangan, A. (2022). KOMUNIKASI POLITIK DI MASA PANDEMI : ANALISIS ISI UNGGAHAN INSTAGRAM MENGENAI

PROGRAM PENGENDALIAN COVID -19 DAN PEMULIHAN EKONOMI
POLITICAL COMMUNICATION DURING A PANDEMI: CONTENT
ANALYSIS OF INSTAGRAM POSTS REGARDING THE COVID-19
RESPONSES AND ECONOMIC. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN
MEDIA*, 123–138. <https://doi.org/10.17933/jskm.2021.4865>

Darmawan, C. A., Sudaryanto, E., & Hamim, H. (2020). Peran Content Creator dalam Membentuk Brand Image Dapur Fizzul Jombang. *Seminar Peningkatan Sitasi Internasional*, 1(1). <https://conference.untag-sby.ac.id/>

Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah. (2021). Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik. *Januari*, 4(1), 2021.

Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>

Fikry, A. (2020). Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, 5(3), 137. <https://doi.org/10.36722/sh.v5i3.387>

Gantiano, H. E. (2018). Politikus Sebagai Komunikator Politik. *Dharma Duta*, 16(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v16i1.145>

Harahap, D. (2020). Komunikasi Persuasif Dosen dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan. *Hikmah*, 14(1), 133–150.

Kustiawan, W., Efendi, E., & Wahyudi, W. (2023). Retorika sebagai Budaya Seni Bertutur Kata dalam Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 546–552. <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4009>

Kusumaningrum, H., Salsabila, U. H., Rahmanti, N., Kasanah, I. N., & Kurniawan, D. S. (2022). Optimalisasi Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Daring. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 5(1), 92–114.

Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>

- Listiyani, F., & Muliawati, L. (2023). Gaya Persuasif Dalam Penerapan Logos Pada Konten Tiktok@ vmuliana Tips Berkarir Ditinjau Dari Perspektif Aristoteles. *Prosiding University Research ...*, 8–13. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/download/2699/2649>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Maraya, D. C. (2021). ANALISIS RETORIKA PROGRAM CATATAN NAJWA EDISI “KORUPTOR DIBEBASKAN GARA-GARA CORONA? NANTI DULU!” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(February), 2021. <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076><https://doi.org/>
- Murwani, E. (2019). PELATIHAN KOMUNIKASI PUBLIK UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA SMA DI KABUPATEN TANGERANG. *Prosiding PKM-CSR*, 2. <https://doi.org/10.37695/pkmsr.v2i0.707>
- Nabila, N. L., & Santoso, H. P. (2021). Strategi Komunikasi Publik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Dalam Menangkal Infodemic Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Konomikasi*, 18(2), 168–179. <https://kawalcovid.19.id/>
- Novedian, K., Ollivia, S., Vertikal, N. J., & Siahaan, C. (2024). Selebgram Endorsement Sebagai Tren Pemasaran Produk di Media Sosial Instagram. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 704–709.
- Pramesthi, J. A. (2023). Analisis Pidato Kajian Retorika Aristoteles pada YouTube Video Perayaan Wisuda Virtual. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 701–708. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1201>
- Pratama, S., & Hermanu, D. H. (2023). Pengaruh Konten Video Youtube Den Dimas Terhadap Pembentukan Sikap sosial Remaja. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 7(2), 34. <https://doi.org/10.33376/ik.v7i2.2069>
- Puspitawati. (2022). PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI SALAH SATU ALTERNATIF MEDIA PEMBELAJARAN DARING BAHASA INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 11(2), 1–7. <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>
- Ramadhani, A., & Sazali, H. (2023). Media Sosial Youtube Dalam Mengatasi

- Pengemis Dan Anak Jalanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 259–272. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.34>
- Ramin, M. (2023). PENTINGNYA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM PEMASARAN PRODUK Moh. (*Jurnal Komunikasi Dan Pengabdian Masyarakat*), 1(1), 32–36.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- Rheiza, R., & Dharmawan, A. (2023). KOMUNIKASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MENGINFORMASIKAN KEBIJAKAN PEMERINTAH (Studi Kasus Pada Bidang Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Pubik Diskominfo Kabupaten Sidoarjo). *Commercium Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Vol.6*.
- Setiawan, H., Hero, E., & Hidayat, A. (2021). Retorika Digital Pada Konten Podcast Digital Rhetoric on Podcast Content (Analysis of Podcaster Narrative Fantasy Themes in Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi.*, 6(4), 457–479.
- Setiawan, T., Marini, & Salas, H. J. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KOTABUMI DALAM MEMEMPROMOSIKAN PROGRAM STUDI MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komsopol*, 2(1), 76–77. <https://jurnal.umko.ac.id/index.php/legalita/article/view/551/285>
- Syahputra, A. A. (2022). Analisis Filsafat: Retorika Aristoteles dalam Meningkatkan Kemampuan Public Speaking dan Relevansinya Pembelajaran. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.24815/jimps.v7i1.16162>
- Tanjung, A. S., & Sampurna, A. (2024). Komunikasi Persuasif Pimpinan dalam Membentuk Karakter Santri Pondok Pesantren Azhar Center Kabupaten Labuhan Batu Utara. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 155–169. <https://doi.org/10.21009/comm.032.010>
- Utami, F. T., & Zanah, M. (2021). Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, 11(1), 78–84. <https://doi.org/10.53696/27219283.64>
- Yanny, A. (2024). Peran Content Creator dalam strategi Digital Marketing. *Journal Boas : Business, Economics, Accounting And Management E-ISSN:*, 02, 59–

66.

Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677–690. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>

Yuliani, W. (2018). METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING. *Quanta Journal*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>