

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abrar, Ana Nadhya. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI
- Creswell, John W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Third Edition*. Los Angeles: Sage Publication.
- Devito, Joseph. (2009). *The Interpersonal Communication, 12<sup>th</sup> edition*. Pearson Education, Inc.
- Flew, Terry. (2005). *New Media an Introduction. 2<sup>nd</sup> Edition*: New York: Oxford University Press.
- Hall, Stuart et al. (1991). *Culture, Media,Language-Working Papers In Cultural Studies*. University of Birmingham: London.
- Joseph Dominick, Fritz Messere & Barry L. Sherman. (2004). *Broadcasting, Cable, The Internet, and Beyond: An Introduction To Modern Electronic Media*. New York: Mc Graw Hill.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rogers, E.M. dan Kincaid, L (1995). *Diffusion of Innovations, 4<sup>th</sup> Edition*. New York: Free Press.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel dan Alice Tomic. (2007). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. London: SAGE Publication.
- Wood, Andrew F. dan Matthew J. Smith. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity, & Culture, 2<sup>nd</sup> ed*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

## **TESIS DAN JURNAL**

- Fauzia, W. (2016). *Upaya Meningkatkan Penguasaan Mengajar Kosakata Guru Melalui Penggunaan Metode Coaching Grow Me*. Universitas Pendidikan Indonesia: Bandung.

- O'Keefe, Barbara J. (1988). The Logic Of Message Design: Individual Differences In Reasoning About Communication. *Communication Monographs*, 55(1).
- Pangkey, D. A. (2017). *Konstruksi Pesan Media Celebrity Endorsement Oleh Toko Online Kloth And Lust Melalui Layanan Sosial Media Instagram*. Universitas Pelita Harapan: Jakarta
- Rohmatika, I. (2013). *Pola Kemitraan Pengelola Lembaga Dan Orangtua Dalam Proses Tumbuh Kembang Anak (Studi di Kober Insan Madani Kabupaten Bandung)*. Universitas Pendidikan Indonesia: Bandung.
- Sukma, F. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness SMA Sampoerna*. Institut Pertanian Bogor: Jakarta
- Sutisna, Y. (2013). *Penerapan pendekatan Konstruktivisme Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar: Penelitian Tindakan Kelas Pokok Bahasan Tumbuhan Hijau di kelas V MI-Al Huda I Kec. Seranganjang Kab. Subang Tahun Ajaran 2012-2013*. Universitas Pendidikan Indonesia: Bandung.
- Wicaksono, P. A. (2016). *Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*, 5(8), 5098-5127.
- Wibawati, Y. N. dan Utari, P. (2015). *Pola Komunikasi Dalam Media (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikator Sebagai Pembuat Pesan Dan Komunikasi Sebagai Penerima Pesan Dalam Akun Twitter @GNFI (Good News From Indonesia) Terkait Pemberitaan Positif Tentang Indonesia)*. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.

## ARTIKEL

- Ake, C. (2017). *How To Choose The Right Micro-Influencer For Your Brand*. Diakses pada 10 September 2017 dari <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/08/02/how-to-choose-the-right-micro-influencer-for-your-brand/#68e625357885>
- Chen, Y. (2016). *The Rise of 'Micro Influencers' On Instagram*. Diakses pada 5 September 2017 dari <https://digiday.com/marketing/micro-influencers/>
- Guest, Namey and Marilyn N. Mitchell, *Collecting Qualitative Data: A Field Manual For Applied Research*. Los Angeles: SAGE, 2013. Web
- Komunikasi Interpersonal. (2017). Diakses pada tanggal 1 September 2017 dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-interpersonal>

- Most Popular Social Networks Of Teenagers In The United States From Fall 2012 To fall 2017. (2017). Diakses pada tanggal 1 September 2017 dari <https://www.statista.com/statistics/250172/social-network-usage-of-us-teens-and-young-adults/>
- Kangarul. (2017). Komunikasi Termediasi Komputer. Diakses pada tanggal 27 September 2017 dari <http://www.dosenkomunikasi.com/komunikasi-termediasi-komputer/>
- Main, S. (2017). *Micro Influencers are More Effective With Marketing Campaigns Than Highly Popular Accounts.* Diakses pada 10 September 2017 dari <http://www.adweek.com/digital/micro-influencers-are-more-effective-with-marketing-campaigns-than-highly-popular-accounts/>
- Moss, S. (2017). *How Your Business Can Benefit From Micro Influencer Marketing.* Diakses pada tanggal 10 September 2017 dari <https://www.entrepreneur.com/article/293824>
- Megan (2017). *Macro VS. Micro: Which Influencers Are Right For Your Brand?.* Diakses pada tanggal 9 September 2017 dari <http://2social.ca/macro-vs-micro-influencers-right-brand/>
- Pengertian Komunikasi Bisnis Menurut Para Ahli. (2017). Diakses pada tanggal 10 September 2017 dari <http://sarungpreneur.com/pengertian-komunikasi-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Sandy, E. (2012). *Konvergensi Media?.* Diakses pada 18 Agustus 2017 dari <http://41809137.blog.unikom.ac.id/konvergensi-media.62j>
- Setiawan, F. A. (2017). Diakses pada 1 September 2017 dari <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-bisnis/10939>
- The Difference Between Micro, Macro and Mega Influencer.* (2017). Diakses pada 10 September 2017 dari <http://weareanthology.com/we-are-anthology-digital-influencer-and-social-media-marketing-blog/2017/4/26/the-difference-between-micro-macro-and-celebrity-influencers>
- We Are Anthology.(2017). *The Difference Between Micro, Macro and Mega Influencers.* Diakses pada tanggal 10 September 2017 dari <http://weareanthology.com/we-are-anthology-digital-influencer-and-social-media-marketing-blog/2017/4/26/the-difference-between-micro-macro-and-celebrity-influencers>

Wolfson, C. (2017). *Macro VS. Micro Influencers*. Diakses pada 5 September 2017 dari <https://www.revolutiondigital.com/article/macro-vs-micro-influencers/>

