

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. M. (2018). *Dorongan dan Proses Kognitif Dalam Perilaku Multitasking Pada Pengguna Web Searching di Kalangan Mahasiswa Sebagai Pembuat Konten (Content Creator)* (Skripsi, Universitas Airlangga, 2018). Diakses dari <http://repository.unair.ac.id/74810/>
- Ardhianto, C. & Purnama, B.E. (2009). *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. Pembuatan Profil Multimedia Green House Book's And Coffe Break.* 1(2), 49. Diakses dari <http://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1136>
- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya.* Yogyakarta: Penerbit ANDI. Tersedia dari NetLibrary database.
- Choirunissyah, N. (2019). *Penerapan Content Creator Pada Produk Kuliner Dalam Membangun Customer Engagement (Studi Pada Content Creator Paradista Coffee Malang)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019). Diakses dari <http://eprints.umm.ac.id/54011/>
- Djamal, H., Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2.* Tersedia dari NetLibrary database.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah.* Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. Diakses dari [http://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah.pdf](http://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf)
- Fachruddin, A. (2019). *Journalism Today.* Jakarta: Kencana. Tersedia dari NetLibrary database.
- Fitriani, Y. (2017). *Jurnal Komputer dan Informatika. Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat.* 19 (2), 148. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120/1708>
- Hassan, R.T. & Pramonodjati, T.A. (2012). *Perancangan Multimedia Sebagai Media Sosialisasi Peristiwa Indonesia Menggugat.* (Tugas Akhir, Universitas Telkom, 2012).

- Jamaludin, R. (2005). *Multimedia Dalam Pendidikan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications. Tersedia dari NetLibrary database.
- Juwita, R. (2017). *Jurnal Penelitian Komunikasi. Media Sosial Dan Perkembangan Komunikasi Korporat*, 20(1), 48. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/229633832.pdf>
- Kurniawan, N., & Gabriella, S. (2020). *Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika*. Diakses dari <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/251/182>
- Liliwari, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenadamedia Group. Tersedia dari NetLibrary database.
- Lovejoy, K. & Saxton, G.D. (2012). *Journal of Computer-Mediated Communication. Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media*. 17(3), 343-347. Diakses dari <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Maryati, S., Purnama, B.E. (2013). *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polokarto Kabupaten Sukoharjo Dengan Menggunakan Komputer Multimedia*, 5(1), 22.
- Mubarok, K.I. (2019). *Perancangan Multimedia Interaktif Company Profile Dan Katalog Produk Sebagai Media Promosi Zie Batik Semarang*. (Proyek Studi, Universitas Negeri Semarang, 2019). Diakses dari [https://lib.unnes.ac.id/34874/1/2411412015\\_Optimized.pdf](https://lib.unnes.ac.id/34874/1/2411412015_Optimized.pdf)
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana. Tersedia dari NetLibrary database.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran Edisi Pertama*. Jakarta: KENCANA. Tersedia dari NetLibrary database.
- Pienrasmi, H. (2015). *Jurnal Komunikasi Oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Pemanfaatan Social Media Oleh Praktisi Public*

- Relations Di Yogyakarta*, 9(2). Diakses 23 September 2020 dari <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7179/6363>.
- Riyanto, A.D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Diakses pada 8 Oktober 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#respond>
- Rustan, A.S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish. Tersedia dari NetLibrary database.
- Shannon, C.E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois.
- Silvia, M. (2019). *STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL : Studi Kasus pada Akun Instagram @pejuang.mahar*. (Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia, 2019). Diakses dari <http://repository.upi.edu/44323/>
- Sundawa, Y., & Trigartanti, W. (2018). Prosiding Hubungan Masyarakat. *Fenomena Content Creator Di Era Digital*, 4(2), 439. Diakses dari <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/11408/pdf#>
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress. Tersedia dari NetLibrary database.
- Suyanto, M. (2003). *Multimedia: Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trenholm, S., & Jensen, A. (1996). *Interpersonal Communication*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company Inc.
- Widada, C. K. (2018). *Journal of Documentation and Information Science. Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan*. 2(1). 24-25. DOI:10.33505/jodis.v2i1.130.
- Wifalin, M. (2016). *Jurnal e-komunikasi. Efektivitas Instagram Common Grounds*. 4 (2). 2. Diakses 8 Oktober 2020 dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4853>
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. Tersedia dari NetLibrary database.

[www.lenterabagibangsa.org](http://www.lenterabagibangsa.org)

<https://about.instagram.com/features>

