

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Enterprise, Jubilee. 2014. *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Flew, T. 2007. *Understanding Global Media*. New York: Palgrave.
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minutes Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hanson, Ward A. 2000. *Principles of Internet Marketing*. Ohio: South-Western Pub.
- Herlanti, Yanti. 2016. *Blogquest+: Pemanfaatan Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik Untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi Dan Literasi Sains*. Bandung: Pendidikan IPA SPs Universitas Pendidikan Indonesia.
- Junaedi, Fajar dkk. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang: UB Press.
- 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moriarty, Sandra E. 2012. *Advertising & IMC: Principles & Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Nawawi, Hadari. 1996. *Metode Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah. Mada University Press.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Plessis, D.F. 2000. *Introduction to Public Relations and Advertising*. Cape Town: Juta and Company Ltd.
- Rangkuti, Freddy. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Sahrial, Revyani & Dyah Anikasari (Penterjemah). 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Schenk, M. & T. Dobler. 2002. *Towards a Theory of Campaign: The Role Model of Opinion Leaders*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Shimp, Terence A. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications (8th Edition)*. Ohio: South Western Cengage Learning.
- 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suardi. 2016. *Jurnal: Antara Media Sosial dalam Komunikasi Politik*. Pekanbaru. Diakses dari <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/download/2516/1596>.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Venus, Antar, M.A. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media Indonesia.
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

SUMBER ONLINE

<https://www.btpn.com/en/hubungan-investor/laporan-tahunan> 13 Oktober 2018
12.33 WIB.

<https://www.jenius.com/jenius-care/first-step/> diakses pada 13 Oktober 2018
11.51 WIB.

<https://www.jenius.com/program/> diakses pada 13 Oktober 2018 13.10 WIB.

