

DAFTAR PUSTAKA

- A, Morissan (2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Prenada Media Group.
- Aji Supriyanto. (2005). *"Pengantar Teknologi Informasi"* (Edisi Pert). Penerbit Salemba Empat.
- Akbar, A. (2018). *Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)* [ISLAM NEGERI AR-RANIRY]. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali Akbar.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali%20Akbar.pdf)
- Amrih, Y. (2013). *Definisi Editor dan Tugas-tugasnya*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/yudhiamrih/5528e0f76ea83416198b456e/definisi-editor-dan-tugastugasnya>
- Andi Fachruddin. (2012). *Dasar-dasar Produksi Televisi*. PT. Kencana Prenada Media Group.
- Anis Hamidiati. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. PT TransMedia.
- Dennis, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6). Salemba Humanika.
- Dhiandra, A. N. (2020). *Peran Production Assistant Pada Produksi Program " Bikin Laper " Di PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV)* [Pelita Harapan]. <http://repository.uph.edu/10029/>
- Dina Febriyana. (2013). *Proses Produksi Program Talk Show "Redaksi 8" Pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda* [Mulawarman]. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1177>
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Prenada Media Group.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar – Dasar Produksi Televisi*. Kencana.
- Flew, T. (2014). *New Media: An Introduction* (4th ed.). Australia: Oxford University Press.
- HaenLein, A. K. & M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.

- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.
- Latief, Rusman & Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Non-Drama: Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Prenada Media Group.
- Lewis, B. . (2010). *Social Media and Strategic Communication : Attitudes and Perceptions Among College Student*.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Millerson, G. (2009). *Television Production*. Focal Press.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.
- Munir. (2015). *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. CV Alfabeta.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Rahma Sugihartati. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Kencana.
- Robbins, S dan Coulter, M. (2007). *Manajemen* (Edisi Kede). PT Indeks.
- Rusman, dkk. (2011). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi : Mengembangkan Profesionalisme Guru*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Surjono, H. D. (2017). *Multimedia Pembelajaran Interaktif: Konsep dan Pengembangan* (Edisi Pert). UNY Press.
- Surjono, H. D. (2017). *Multimedia Pembelajaran Interaktif*. UNY Press.
- Vera, Nawiroh (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher.

Website:

- Google. (n.d.). *Youtube Kids*. Diakses November 25, 2020, from https://www.youtube.com/intl/ALL_id/kids/
- Google. (n.d.). *Youtube Apps*. Diakses November 25, 2020, from <https://tv.youtube.com/welcome/>

Google. (n.d.). *Youtube for Artist*. Diakses November 25, 2020, from <https://artists.youtube.com/intl/id/>

Google. (n.d.). *Youtube Music*. Diakses November 25, 2020, from <https://music.youtube.com/>

Google. (n.d.). *Youtube*. Diakses November 25, 2020, from <https://youtube.com>

