

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. W. (2020). Korelasi Antara Motif Dan Kepuasan Anggota Komunitas Podcast Indonesia Dalam Mendengarkan Siaran Podcast Di Spotify. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4290/>.
- Baidu. (2014). *Jelajah Dunia Mo* (Efi Fadilah, 2017) *bile di Indonesia*. Jakarta, Indonesia. Ball-Rokeach, S. J. (1997). Building Communication Theory. 387-393.
- Berry, R. (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 661-671.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Corbuzier, D. (2020). *Most Viewed Long Term Content & Most Viewed MCN (Multi-Channel Network) Creator 2020*. Jakarta: https://www.instagram.com/p/CHrjIO3H_PS/.
- Dewi. (2017). MOTIF MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP MESSENGER TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DALAM MENYAMPAIKAN PESAN (STUDI KASUS PADA KALANGAN REMAJA AKHIR DI JAKARTA). <http://repository.untar.ac.id/33153/>.
- Dominick, J. (2011). *Looseleaf for Dynamics of Mass Communication 11th Edition*. New York: McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages.
- Em, G. (2012). *A first look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Flew, T. (2014). *New Media*. Oxford England: Oxford University Press.
- Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory -10/E*. New York: McGraw-Hill Education.
- Haenlein, A. K. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53 (1), 59-68.
- Jay G Blumler, E. K. (1974). *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives*

on Gratifications Research. Beverly Hills: Sage Publication.

- Keller, P. K. (2012). *Marketing Management 13*. Hoboken: New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Michael Geoghegan, D. K. (2007). *Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*. USA : Friends of.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. California: SAGE Publications.
- Philips, B. (2017). Student-Produced Podcasts in Language Learning – Exploring Student. *IAFOR Journal of Education - Vol 5*, 50-159.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purnama, H. (2011). Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. *Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis UMB*, 107-124.
- Puspita, Y. (2015). The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas, Vol. 18 No. 3, Desember 2015*, 203-212.
- Richard West, L. H. (2010). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sani. (2014). *Pembelajaran Sainifik untuk Implementasi Kurikulum-13*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Santoso, E. (2010). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Grha Ilmu. Santoso, E. (2010). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schrock, A. (2006). Myspace Or Ourspace : A Media System Dependency View of Myspace. 4-5.
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW 2 Vol 3*, 1-10. Diakses melalui : <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/9930/4418>
- Silalahi, G. S. (2021). Konten Klarifikasi Dalam Podcast Deddy. *JURNAL E-KOMUNIKASI VOL 9 NO.2 TAHUN 2021*, 2-11.

- Sudarman. (2015). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Turner, W. R. (2010). *Introducing Communication Theory : Analysis and Application Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Wirapraja, N. T. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal EKSEKUTIF Volume 15 No 1 Juni 2018*, 133-146.
- Wohn, R. A. (2016). It's the Audience: Differences in Social. *Social Media + Society, October-December 2016*, 2-12. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305116678894>

