

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations - Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fakhrurroja, H. (2009). *Twitter Ngoceh Dapet Duit*. Yogyakarta: Great Publisher.
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hadiwibowo. (2003). *Mewujudkan Pribadi yang Berharga*. Jakarta: Indo Persada.
- Heryanto, G. G., & Zarkasy, I. (2012). *Public Relations Politik*. Ghalia Indonesia.
- Hutahaean, E. S., & Abdillah, R. (2016). *Psikologi Sosial 1*. Jakarta: Program Studi Psikologi UBJ.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). *Toward a General Theory of Strategic Self Presentation*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Jungherr, A. (2015). *Analyzing Political Communication with Digital Trace Data*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Krippendorff, K. (1993). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lee, K. (2014). *The Proven Ideal Length of Every Tweet, Facebook Post, and Headline Online in Fast Company Magazine*. London: Heritage.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Maltz, M. (1997). *Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri*. Jakarta: Mitra Utama.

- Moleong, L. J. (1993). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Setiowati, E. (2013). *How People React in Social Media: Content Analysis on SBY Tweets in Twitter*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Stromback, J., & Kiosis. (2011). *Political Public Relations. Principles and Applications*. New York: Routledge.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

- Sunarto. (2011). *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM).
- Suryawati, I. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Jurnal:

- Alim, C. A. (2014). Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo). *Jurnal E-Komunikasi*, 2-10.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2003). More Than One Way to Make an Impression: Exploring Profiles of Impression Management. *Journal of Management*, 141-160.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (April 1999). Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy. *Organizational Research Methods*, Vol. 2 No. 2, 187-206.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Journal of Computer. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 13.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 238-266.
- Harris, K. J., & Zivnuska, S. (2007). The Impact of Political Skill on Impression Management Effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 278-285.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Psychological Bulletin. *Impression Management: A literature review and two component model*, 34-47.
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 379-398.

Internet:

Alfarizi, M. K, & Mahbub, A. (2018, 6 Desember). *Akun Twitter Presiden Jokowi Paling Banyak Dibicarakan pada 2018*. Diakses pada 20 Januari 2019 dari Tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/1152850/akun-twitter-presiden-jokowi-paling-banyak-dibicarakan-pada-2018>

CNN Indonesia. (2019, 24 April). *Pengguna Capai 330 Juta, Keuntungan Twitter Naik 3 Kali Lipat*. Diakses pada 21 Juli 2019 dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190424001600-185-389042/pengguna-capai-330-juta-keuntungan-twitter-naik-3-kali-lipat>

