

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2018). *Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)*.
- Alfaini, N. (2022). *Resepsi Audiens Pada Personal Branding Fadil Jaidi Dalam Youtube Channel@ Fadiljaidi*.
- AR, M. Y., & Syam, S. (2022). *Konten Video YouTube: Pengaruh dan Peminatannya Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Makassar*. Al-Munzir
- Azis, W., & Sularso, R. A. (2009). *Persepsi Bauran Pemasaran Konsumen Layanan Pos Express Di Kantor Pos Jember 68100*.
- Barnawi, & Darajat, J. (2018). *penelitian fenomenologi pendidikan: teori dan praktik/ Barnawi, Jajat Darajat ;editor, Nur Hidayah (Nur Hidayah (ed.); 1st ed.)*. Ar-Ruzz Media Yogyakarta.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation (Eko B. Supriyanto (ed.))*. PT Gramedia, Jakarta.
- Candra, M. F. (2022). *Efektivitas Youtube Sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). *Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*.
- Dra. Mulyati, M. P. (2015). *Terampil Berbahasa Indonesia*. Kencana, Prenadamedia Group.
- Enterprise, J. (2018). *Kitab YouTuber: buku praktis yang perlu dibaca untuk menjadi seorang Youtuber sukses!*
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Herdiansyah Haris. (2019). *Wawancara, observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan*.
- Hermawan, D. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran*

- Personal Branding dalam Media Sosial*. E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan.
- I Kadek Galang Chandra Deva, I Dewa Made Darmawan, & I Nyoman Payuyasa. (2023). *Penerapan Editing Cut To Cut Dalam Film Perseteruan*.
- Kautsar, A. A. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi YouTube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Program Acara Televisi*.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana prenadamedia group.
- Kusumaningrum, H., Unik Hanifah Salsabila, Nanik Rahmanti, Istiani Nur Kasanah, & Dian Sidik Kurniawan. (2022). *Optimalisasi Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Daring*. SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam.
- Maran, R. R. (2023). *Pengkarya Personal Branding Dudi Sugandi Dalam Menarik Minat Pengguna Jasa Fotografi Komersial Di Kota Bandung Melalui Departemen Editing Dalam Film Dokumenter Ekspositori*. Universitas Pasundan.
- Maulida, L. (2017). *Okezone Innovation: Kisah Youtube yang Didirikan 3 Mantan Karyawan PayPal*.
- Melly, I. (2023). *Variasi Bahasa Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Penguasaan Kosakata dan Hasil Belajar di Sekolah Dasar Negeri 1 Menendang*. IKIP PGRI Pontianak.
- Meranti, D. I. K., & Mutjia, R. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*. Zitteliana.
- Merleau-Ponty, M. (2008). *The Prose of the World*.
- Mujianto, H. (2019). *Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar*. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian.
- Muzairi. (2002). *Eksistensialisme Jean Paul Sartre Sumur Tanpa Dasar Kebebasan Manusia*. Pustaka Belajar.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group.

- Nurhadi, Z. F. (2020). *Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millenial*.
Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media.
- Prabowo, D. L., Salim, M., Hariyanti, N., & Marta, R. F. (2022). *Pengaruh Terpaan Tayangan Video YouTube Otodriver.com terhadap Asosiasi Merek Mobil pada Pengikut Akun*. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Pradana, R. A., & Handoyo, P. (2013). *Fenomenologi Eksistensial Waria Bunderan Waru*. Paradigma.
- Pradoko, A. M. S. (2017). *Paradigma metode penelitian kualitatif keilmuan seni, humaniora, dan budaya* (Edisi ke 2).
- Puspianto, A. (2022). *Peran media baru dalam membentuk cyber society*. An-Nida' : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common.
- Ridho, M. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Indie Melalui New Media*.
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi* (cetakan 1). Cv. Budi Utama.
- Snickars, P., & Vonderau, P. (2009). *The YouTube Reader*. In Lnblt (Vol. 12).
- Sobur, A., & Mulyana, D. (2020). *Filsafat Komunikasi* (p. latifah (ed.); 4th ed.). PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Stanford Encyclopedia of philosophy. (2003). *Phenomenology*. Metaphysics Research Lab Philosophy Departement Stanford University.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, prof. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Metode)* (M. . Sutopo (ed.); 9th ed.). Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian : pendekatan praktis / Suharsimi*

Arikunto (Revisi 201).

Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). *Keabsahan data (Kualitatif)*. *INA-Rxiv*, 1–22.

Winarni, E. W. (2018). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif kualitatif: Penelitian tindakan kelas (PTK) research and development (R&D)* (1st ed.). Bumi Aksara.

Wiwi, W. A., & Syahlanisyiam, M. (2022). *Sosialisasi Penggunaan Internet yang Sehat bagi Anak-Anak di yayasan Domyadhu*. *Abdi Jurnal Publikasi*.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). Kencana Prenadamedia Group.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). *Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Metode Penelitian*. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*.

Website

Putra, A. (2023). *Kenalin! YouTuber Si Penghancur ALGORITMA YOUTUBE*. <https://youtu.be/fNFmlkb-3rE> (Diakses pada tanggal 9 Maret 2023).