

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexis, S. T. (1981). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Jurnal Press.
- Anwar, E. F. (2022). *Analisis Podcast Youtube pada Knowledge Society Remaja SMA Negeri 1 Kota Pangkalan Kerinci: Podcast Youtube Gritte Agatha*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Karisma Publishing Group.
- During, S. (2001). *The Cultural Studies Reader* (2nd ed.). Routledge.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2005). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Firmansyah, M. T. (2020). *Analisis Tanggapan Pengguna terhadap Konten Channel Ardheka Production Youtube Pacitan*. STKIP PGRI Pacitan.
- Fiske, J. (1987). *Cultural and Communication Studies*. Jala Sutra.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Hadi, I. P. (2009). Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Anaylisis. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 3(1), 1–7.
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Alaudin University Press.
- Hall, S. (1972). *Budaya Media Bahasa*. Jala Sutra.
- Hall, S. (1974). The Television Discourse: Encoding and Decoding. In *Studies in Culture: An Introductory Reader* (Ann Gray a, pp. 28–34). Arnold.
- Kurniati, D. P. Y. (2016). *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal: Komunikasi*

*Kesehatan*. Universitas Udayana.

Maharani, A. A. (2021). *Kepuasan Penonton Surabaya dalam Menonton Tayangan Mata Najwa di Televisi dan Youtube*. Universitas Katolik Widya Mandala.

Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 40–46. <https://doi.org/10.30656/lontar.v2i2.347>

McQuail, D. (1989). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.

McQuail, D. (1999). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.

McQuail, D. (2000). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95. <https://doi.org/10.10358/jk.v3i1.253>

Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.

Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media Youtube. *SENADA: Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi*,

2, 259–265.

Rachmah, I. (2014). *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya*. Kencana.

Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.

Solikhah, Z. (1999). *Identitas Sosial Serta Alasan Keterlibatan dan Ketidakterlibatan Pelajar dalam Tawuran: Studi pada 4 SLTA yang Pelajarnya Memiliki Tradisi Tawuran*. Universitas Indonesia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang dalam Kanal Youtube “ yuka Kinoshita.” *EProceedings of Management*, 6(1), 1428–1440.

Waskita, M. W. R., & Gono, J. N. S. (2018). Pemaknaan Khalayak terhadap Video-Video Reza Oktovian di Jejaring Sosial Youtube. *Interaksi Online*, 6(4), 438–447.