

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, B. (2014). *Cultural Studies As Critical Theory*. New York: Falmer Press.
- Ahlqvist, T., Back, A., Halonen, M., & Heinonen, S. (2008). *Social Media Roadmaps: Exploring the futures triggered by social media*. Helsinki: JULKAISIJA - UTGIVARE.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). In *Millennial Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2009). *Pornomedia; Sosiologi Media, konstruksi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta: Pranada Media.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan:Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Fachrudin, A. (2012). *Dasar Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ibrahim, S. I. (2007). *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Issa, T., & Isaias, P. (2016). Internet factors influencing generation Y and Z in Australia and Portugal: A practical study. *Information Processing and management*, 592-617.
- Jalonen, H. (2014). Social Media and Emotions in Organisational Knowledge Creation. *ACSiS*, 1371-1378.
- John, S. (2003). *Teori Budaya dan Budaya Pop, Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.
- Junaidi, F. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportasi Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- K.N., A. M. (2013). *Manajemen produksi program acara televisi*. Jakarta: PT Grasindo.

- Kaplan, M. A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid Satu*. Jakarta: Prenhallindo.
- Littlejohn, S. W., & Fross, K. A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. New York: Mentor.
- McQuail, D. (1985). *Model-Model Komunikasi*. Jakarta: Uni Primas.
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Millerson, G. (1999). *Television Production, Thirteenth Edition*. New Delhi: Focal Press.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M., Wardhani, A. C., & U., F. H. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2007). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rusdian, P. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Rijal Institute dan Lanarka Publisher.
- Strinati, D. (2007). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2004). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- West, R., & Turner, L. H. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi (jilid 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Williams, R. (1983). *Keyword : A Vocabulary of Culuture And Society*. London: Fontana.

YIn, R. K. (2012). *Applications of Case Study Research*. California: SAGE Publications, Inc.