



DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar (2010), *Sebuah Pengantar Ringkas Ilmu komunikasi* Jakarta: Penerbit: PT. Rajagrafindo Persada

Ardianto, Elvinaro (2004), *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Bandung :Simbiosis Rekatama Media

Arifkunto, Suharsimi (2003), *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.

Arif Hariyanto dan, Aditya Putera (2022), *Konten kreator YouTuber sebagai sumber penghasilan*, Jurnal Universitas Ibrahimy Situbondo, November Volume 3, No. 2.

Aditya Janagung Nirwana (2016), *Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif*, Yogyakarta: Universitas Mercu Buana

AW, Suranto. (2011), *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit : Graha Ilmu

Budiargo, D. (2015), *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Bungin, Burhan (2013), *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cetakan ke-6, Jakarta: Penerbit Kencana

Bungin Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-ilmu sosial lainnya*, Edisi Pertama, Jakarta :Prenada Media

Cangara Hafied (2008), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Penerbit Raja grafindo. Persada.

Darmawan, Deni (2012), *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Cetakan ke-1, Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset

Dasrun Hidayat (2012), *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana*. Edisi Cetakan. 1 ; Yogyakarta Penerbit: Graha Ilmu,.

Didi Supardi dan Dewa Eka Prayoga (2021), *Konten Kreatif Kekinian*, Yogyakarta :Yogyakartaamorfat96

Dr.Edi Suryadi. Dr. Deni Darmawan dan Drs. Ajang Mulyadi, (2019), *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Deddy Mulyana (2017), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* , cetakan 21. Bandung : Penerbit : PT. Remaja Rosdakarya

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ingat! Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Djamarah, Syaiful Bahri . 2014 . *Pola Asuh Orangtua dan Komunikasi Dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta

Evita Widasari (2017), *Perencanaan Konten Kreatif 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Bekraf Melalui Video Fulldome*, Semarang : Univ.Dian Nuswantoro

Fachrudin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi

Kartikaahadi, dkk.(2012), *Akuntansi Keuangan berdasarkan SAK berbasis IFRS*. Jakarta: Salemba Empat

Lam dan Lau (2014). *Akuntansi Keuangan: Perspektif IFRS*. Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.

Martani. 2016. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Masri Singarimbun. 2011. *Metode Penelitian Survey*, Jakarta : LP3ES

Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014), *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Masaa*, Jakarta: Prenada Media

Moleong, L. J. (2014), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Montoya, Peter. 2013. *The Brand Called You*. USA: McGraw Hill

Nasrullah, Rulli (2014), *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Cetakan ke-1, Jakarta: Penerbit Kencana

Noorlistyo, Achwan. Erlandia dan Dedi. Venus, A. (2016), *Motif Anggota Komunitas Hip Hop*, Jurnal Majemen Komunikasi Vol.1 No,1, Bandung: Universitas Padjadjaran

Rahardja Pratama, Mandala Manurung. (2010). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Lembaga Universitas Indonesia

Samuelson, Paul. A., Nordhaus, William. (2007). *Ilmu Makroekonomi*. Jakarta: PT Media Global Komunikasi.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Supriyono Ahmad Harun Yahya (2019), *New Media Dan Strategi Periklanan*, Jurnal Aktualita Penelitian Sosial Keagamaan Vol.9 No.1

Sodikin, S. S., & Riyono, B. A. (2014). *Akuntansi Pengantar 1* : Edisi ke-9, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Stephen Littlejen (2009), *Teori Komunikasi*, Jakarta, Penerbit : PT.Salemba Humanika

Tri Wahyu Amalia, A.A.I. Prihandari Satvikadewi (2020), “ *Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual Pada Akun YouTube arif Muhammad)*, Jurnal Representamen, April Vol 6 No.01 Surabaya : UNTAG Surabaya

Wiryanto. (2004), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Yahya, Ahmad Harun and Supriono (2019), “*New Media Dan Strategi Periklanan (Analisis Diskursus Youtubers Sebagai Stealth Marketing)*.” Aktualita 9(1):7.

Yelli Agesti (2018), *Pengaruh Konten Video Dance K-Pop di YouTube terhadap Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop*, Lampung Universitas.Lampung

Link YouTube

Fitra Eri jadi reviewer andalan Indonesia

<https://www.inews.id/otomotif/mobil/bagaimana-fitra-eri-jadi-car-reviewer-andalan-indonesia>

Fitra eri menjadi pembalap dengan hadiah terbanyak

<https://www.YouTube.com/watch?v=RdmbCJjeihw>

Mendapat Uang dari Youtube dengan mudah,

<https://www.suara.com/bisnis/2021/12/18/155911/8-cara-dapat-uang-dari-YouTube-dengan-mudah-sukses-modal-nekat?page=all>

Kisah Sukses Mas Wahid

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20220111/219/1487863/intip-kisah-sukses-mas-wahid-YouTube-yang-sukses-besarkan-perusahaan-otobus-saat-pandemi>

Tutorial Mas Wahid

<https://inibaru.id/inspirasi-indonesia/mas-wahid-menciptakan-konten-berkualitas-dan-bermanfaat-melalui-youtube>



Fitra Eri dan Iklan Shell

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=fl7_w3NjakM

Fitra Eri Setelah Test Drive Omoda 5

<https://www.tribunnews.com/otomotif/2023/02/18/pengalaman-fitra-eri-setelah-test-drive-omoda-5-surprising>.

Kisah Fitra Eri Sukses Jalani Keduanya Sekaligus", <https://news.detik.com/berita/d-5719558/passion-vs-kerja-ini-kisah-fitra-eri-sukses-jalani-keduanya-sekaligus>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Bagian menguraikan bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.