

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anggoro, A. D. (2014). Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro Tv. *Jurnal Aristo*, pp. 25-52.
- Azis, A., & Wahid, U. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Politik Dinasti Jokowi pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 di Media Online. *MetaCommunication: Journal of Communication Studies*, 6(2), 131-144.
- Ardianto, elvinaro.(2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia Rekatama media
- Apriadi, 2013, Tamburaka. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada..
- Baron, Robert & Donn Byrne. (2003). *Psikologi Sosial edisi sepuluh*. *Airlangga : Jakarta*.

- Bambang, Atmoko Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, Hafied. (2002), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Dieni Nurdianingsih, dkk. (2016). Konstruksi Sosial pada Media Twitter terhadap Walikota Bandung (terhadap Studi Analisis Framing pada Kebijakan Penerimaan Peserta Didik Baru yang dilaksanakan secara Online pada tahun 2015 di Media Sosial Twitter Walikota Bandung). *Jurnal SIGNAL*, 4(1)
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Entman, Robert (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Pradigm, *Journal of Communication*, Vol 43, No. 4,
- Fitch, Kate. (2009). "Making friends in the Wild West: Singaporean public relations practitioners' perceptions of working in social media" dalam *PRism* 6(2).

Hootsuite and We Are Social. (2021). Digital in 2021 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Indonesia. Retrived.

Hine, C. (2015). Virtual Ethnography. London: SAGE Publications, Ltd.

Kusuma, Yuliandi. (2009). Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter. Jakarta: Grasindo.

Kurniali, Sartika. (2009). Step By Step Facebook: The Next Level. Elex Media Komputindo

Klandermans, Bert. & Suzanne. (2002). Methods of social movement research / Bert Klandermans and Suzanne Staggenborg, editors. *University of Minnesota Press Minneapolis*

Kruikemeier, Sanne. (2014). *How Political Candidates Use Twitter and the Impact on Votes*. Computers in Human Behavior 34: 131–39.

Khang, Hyoungkoo, Eyun Jung Ki, and Lan Ye. (2012). Social Media Research in Advertising, Communication, Marketing, and Public Relations, 1997-2010. *Journalism and Mass Communication Quarterly*.

Launa. (2010). Analisis Framing pada Berita Model Robert Entman tentang Citra Prabowo Subianto di *Republika.co.id*. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(1), 50-64.

Lippmann, Walter. (2015) *Public Opinion*. Jefferson Publication

Larsson, Anders Olof and Harvard Moe. (2012). Studying Political Microblogging, Twitter Users In The 2010 Swedish Election Campaign. *Journal New Media and Society* 14(5):729-747.

Mandibergh, (2012), *Media Sosial Bandung*. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, R. (2019). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Northouse. G. Peter. (2010). *Leadership: Theory and Practice*. Fifth Edition. California: Sage Publication

Oemi Atiya. (2007). "Profesionalisme Kehumasan". *Komunika Majalah Ilmiah Komunikasi dan Pembangunan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*. Hal. 29-40

Prajarto, N. (2018). Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe\_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1).

Pratama, B. I. (2017). *Etnografi Dunia Maya Internet*. Malang: UB Press.

Sugiarto, Matthew. (2018). #Instagrammarketing Cara Sistematis Mengumpulkan Follower Permanen di Instagram dan Membuat Mereka Membeli dari Anda. Jakarta: PLP Book.

Syahputra, Iswandi. (2013). *Perspektif & Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Galuh Putra.

Sastropoetro, Santoso,. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sobur. (2012). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung. *Bandung : Remaja Rosdakarya*.

Tamburaka. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Teguh, Meinanda. (1992). *Pengantar Public Relations dalam Management*, Bandung, Armico,

Wahid, Umaimah. (2018). Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan aplikasi pada Era Media Baru. Bandung: *Simbiosis Rekatama Media*.

Wong, K. K.(2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*.

Wulansari, Ica. (2018). Artikulasi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Media Sosial Twitter. *Jurnal ULTIMA Comm* 6(2): 20–40.

