



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, N. N., Putri, Y. R. & Ali, D. S. F. (Agustus 2015). Pengaruh Penggunaan Media Twitter @infobdg terhadap Pengurangan Ketidakpastian Informasi. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14 No. 2, p. 160-169. doi: <http://dx.doi.org/10.5614%2Fsostek.itbj.2015.14.2>
- Asri, D. (2016). *Motif dan Kepuasan Khalayak Perempuan pada Content Beauty dalam Portal Wollipop.com*. Diakses dari <http://kc.umh.ac.id/268/>
- Aswar, S. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Brown, R. (2009). *Public Relations and the Social Web*. London: Kogan Page.
- Castell, M. & Cardoso, M. 2005. *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, DC: John Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. London: SAGE Publications.
- Djagja, A. A. (2015). *Kepuasan Mahasiswa dalam Menonton Program Music Everywhere di NET TV*. Diakses dari <http://kc.umh.ac.id/697/>
- Gray, J., C. Sandvoss, C. L. (2007). *Fandom: Identities and Communities in A Mediated World*. USA: New York University Press.
- Ghozali, I. (2013) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J. B., Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Hendiputeri, S. A. (2015). *Tingkat Kepuasan Pembaca Remaja Putra Mengenai Rubrik Musik Majalah HAI Edisi Agustus 2013 - Agustus 2014*. Diakses dari <http://kc.umh.ac.id/612/>
- Innova, E. I. (Agustus 2016). *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 4 No. 2.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Rises Komunikasi*. Jakarta: Prenana Media Group
- Lewis, L. A. (2001). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge: London
- Lipschultz, J. H. (2015). *Social Media Communication*. New York: Routledge.
- Malhotra, N. K., (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. (6th Ed.). London: SAGE Publications.
- Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (2nd Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Puspitorini, D. A. (2016). *Motif dan Kepuasan Penggunaan Instagram*. Diakses dari <http://eprints.ums.ac.id/41140/12/02.NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>

- Rubin, R. B., Rubin, A. M., Haridakis, P. M., Piele, L. J. (2010). *Communication Research Strategies and Sources*. (7th Ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Samantha, M. L. (Februari 2016). Kepuasan Pelanggan dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4 No. 1.
- Straubhaar, J., LaRose, R., Davenport, L. (2009). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology* (6th Ed.). California: Wadsworth CENGAGE Learning.
- Tondang, Y. (7 Desember 2016). Mengintip 10 Tagar Terpopuler di Indonesia versi Twitter. *Rappler*. diakses dari <http://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/154759-10-tagar-terpopuler-di-indonesia-versi-twitter>.
- Utomo, B., Octavia, D., Kirana, D., Lodelvi., Sulistianingsih, S. (2013). *Penggunaan Media Interpersonal BBM pada Remaja*. Diakses dari <http://www.lib.ui.ac.id/detail?id=20351984&lokasi=lokal#parentHorizontalTab2>
- Wardani, A. S. (6 Desember 2016). Netizen Indonesia Cuitkan 4,1 Miliar Tweet Sepanjang 2016. *Liputan6*. Diakses dari <http://tekno.liputan6.com/read/2671236/netizen-indonesia-cuitkan-41-miliar-tweet-sepanjang-2016>.
- Wardani, N. P. K. (2015). *Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadan di Televisi Nasional*. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32224/1/NADIA%20PRATAMA%20KUSUMA%20WARDANI-FDK-IR.pdf>
- West, R. & Turner, L. H. (2014). *Introducing Communication Theory* (5th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Yuwono, E. (2013). Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Variety Show 'DahSyat' di RCTI. *Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, Vol. 1 No. 1.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A