



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

- Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar". Jurnal komunikasi, Vol.09, No.02. Diakses pada 14 Mei 2017. Dalam <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1115/683>
- Aisyah, Siti. 2017. *Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Attrill, Alison. 2015. *The Manipulation of Online Self-Presentation: Create, Edit, Re-Edit And Present*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- APJII. 2016. "Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016". Diakses pada 21 April 2017. Dalam <https://apji.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burgess, J.a. 2009. Youtube's Popular Culture. *Youtube: online video and participatory culture*, 38-57.
- Caesar, Jetterson. 2016. *Presentasi Diri Dalam Media Sosial Pada Kaum Remaja (Studi Fenomenologi Foto Selfie di Kalangan Remaja di Media Sosial Instagram)*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Choiriah, Muchalisa. 2016. *Agar Tren Vlog Awet, Konten Inspiratif Jadi Kunci*. Diakses pada tanggal 13 September 2017 dalam <https://www.merdeka.com/khas/agar-tren-vlog-awet-konten-inspiratif-jadi-kunci-tren-vlog-di-indonesia-3.html>
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- DeVito, J.A. 2015. *Human Communication, The Basic Course, Thirteenth Edition*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Fadhal, Soraya dan Lestari Nurhajati. Vol. 1, No. 3, Maret 2012. *Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube)*. Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta. Diakses pada 14 Mei 2017.

Dalam <http://lp2m.uai.ac.id/english/category/jurnal/>

Fajrina, Hani Nur. 2016. *Dahulu Ada Blog, Kini Mulai Nge-Vlog*. Diakses pada 21 April 2017. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160427183834-185-127059/dahulu-ada-blog-kini-mulai-nge-vlog>

Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Great Britain: Cox & Wyman Ltd.

Gunarsa, Singgih D. 2008. *Psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Mulia

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik praktis riset komunikasi : Disertai contoh praktis riset media public relations advertising komunikasi organisasi komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana

Maulana, Aqmal. 2016. *Saatnya Vlog Gantikan Blog?*. Diakses pada tanggal 14 Mei 2017.

Dalam <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160428131541-185-127213/saatnya-vlog-gantikan-blog>

Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mutia, Hana. 2016. *Penggunaan Media Sosial Path Sebagai Media Representasi dan Eksistensi Diri (Studi Kasus Mahasiswa/I Kampus Tercinta IISIP Jakarta Tahun 2016)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.

Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Cybermedia*. Jakarta: Prenada Media

Nistanto, Reska K. 2015. *Inonesia, Penonton Youtube Terbesar seAsia Pasifik*. Diakses pada 14 Februari. Dalam <http://tekno.kompas.com/>

Nuryanto, Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT Balai Pustaka (Persero)

Priherdityo, Endro. 2016. *Dampak Psikologis di Balik Tayangan Vlog*. Diakses pada 21 April. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/>

- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Safko, Lon. 2010. *The social media bible : tactics, tools, & strategies for business success*. Innovative thinking LCC. United states of America
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stake, Robert E. 1995. *The Art of Case Study Research*. London: Sage Publications.
- Trammel, K.D., & Keshelashvili, A. 2005. *Examining the new influencers: A selfpresentation study of A-List blogs*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Diakses pada 14 Mei 2017. Dalam <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900508200413>
- West Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Youtube.com, 2017. “About Youtube” Diakses pada 14 September 2017 dalam <https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/>
- Yusuf, Oik. *Ada Youtube, Bagaimana Masa Depan TV?*. Diakses pada 14 Februari 2018. Dalam <http://tekno.kompas.com/ada-youtube-bagaimana-masa-depan-tv->