

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Nanda, S. E. (2019). PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA YOUTUBE CHANNEL “GADGETIN” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET. *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 9, No. 2, 43-50.
- Ainurrofiqin. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Alhabash, & McAlister. (2014). Redefining virality in less broad strokes: Predicting viral behavioral intentions from motivations and uses of Facebook and Twitter. *Sage Journal: New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444814523726>
- Alhabash, McAlister, Lou, & Hagerstrom. (2015, July). From Clicks to Behaviors: The Mediating Effect of Intentions to Like, Share, and Comment on the Relationship Between Message Evaluations and Offline Behavioral Intentions. *Research Gate*.
- Aminuddin, M. A., & Burhanuddin, A. (2023). Potensi Kekayaan Dan Keberagaman Maritim Di Wilayah Papua Dalam Upaya Mendorong Kesejahteraan Rakyat. *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(4), 157-176.
- Amri, & Putri. (2021). *PSIKOLINGUISTIK: Pengaruh Budaya pada Perilaku Berbahasa*. umsu press.
- Andriani, H. (2024). Peran Hukum Kontrak Dalam Investasi Asing Langsung: Analisis Kasus Di Negara Berkembang. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1170-1184.

- Atalia, I. (2019). *Ternyata Jadi Youtuber Itu Mudah! Anak Hebat Indonesia*.
- Batubara. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3, 95-107.
- Boy, J. D., & Uitermark, J. (2023). *On Display: Instagram, the Self, and the City*. Oxford University Press.
- Brennen, B. S. (2024). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Taylor & Francis Limited (Sales).
- Brownlee, B. J. (2020). *New Media and Revolution: Resistance and Dissent in Pre-uprising Syria*. McGill-Queen's University Press.
- Campanella, B. (2023). *Recognition in the Age of Social Media*. Polity Press.
- Cahyani, A. N., Anggraini, K. D., Ishaqo, D. F., & Sari, D. J. E. (2024, October). Inovasi Packaging Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Mojoasem. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata* (Vol. 1, No. 2).
- Chakim, Candra, Arribathi, Tarmizi, Languyu, Khairani, Marjuki, Chandra, Sugina, Maulidizen, Maghfirah, de Fretes, Reken, Sampe, Adinda, & Almahdali. (2023). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Sada Kurnia Pustaka.
- Chalil, R. D. (2021). *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING*. PT. RajaGrafindoPersada.
- Chandra, Hudaefah, & Hasanah. (2023). PRO: TEORI KETERGANTUNGAN MENCIPTAKAN KETIDAKADILAN BAGI NEGERA SEPERTI INDONESIA.

CNN Indonesia. (2024, 11 26). Pemerintah Tolak Investasi Apple, Bagaimana Nasib iPhone 16 di RI? Baca artikel CNN Indonesia "Pemerintah Tolak Investasi Apple, Bagaimana Nasib iPhone 16 di RI?" <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241126094302-206-1170654/pemerintah-tolak-investasi-apple-bagaimana-nasib-iphone-16-di-ri>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (C. N. Poth, Ed.). SAGE Publications.

Dewan Pers. (n.d.). *Data Perusahaan Pers.* Retrieved 2024, from <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>

Fitrah, & Luthfiah. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).

GadgetIn. (2024, November 12). *Kali ini saya setuju sama pemerintah*. YouTube. Retrieved December 13, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=-aygxJWN1rI>

Goodstats. (2024, April 19). *Nilai Investasi Apple di Beberapa Negara*. <https://data.goodstats.id/statistic/apple-investasikan-rp16-triliun-di-indonesia-berapa-di-negara-lain-FfmCs>

Goodstats. (2024, 12 5). *10 Perusahaan Global Paling Bernilai 2024 Berdasarkan Brand Value*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-perusahaan-paling-bernilai-di-dunia-2024-apple-jawaranya-W24x8>

- Hadi. (2021). *Penelitian Media Kualitatif*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Hall, S. (2019). *Essential Essays, Volume 2: Identity and Diaspora* (D. Morley, Ed.). Duke University Press.
- Haro, A., Judijanto, L., Nugroho, M. A., Setiawan, R., Susanti, R., & Tanti, T. (2024). *Brand Management : Pengetahuan dasar tentang manajemen merek*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartono. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Andi Offset.
- Hendra, & Hafniati. (2023). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. CV. Bintang Semesta Media.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Indrayani, & Ramadhanty. (2020, Februari). STRATEGI APPLE INC. DALAM PENGUASAAN PASAR PRODUK TEKNOLOGI DI INDONESIA TAHUN 2015- 2019. *JURNAL ILMU DAN BUDAYA*, 41, no. 67, 7917-7934.
- Ji, Q. (2023). *Social Media and Society*. Routledge.
- Kamalipour, Y. R. (Ed.). (2019). *Global Communication: A Multicultural Perspective*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Kementerian Investasi dan Hilirisasi. (2024). *Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM - Halaman Laporan Realisasi Penanaman Modal Kementerian Investasi dan Hilirisasi*. BKPM. Retrieved December 13, 2024, from <https://bkpm.go.id/id/info/realisasi-investasi>
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Springer Nature Singapore.
- Kriyantono. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi*

- Kedua. Prenada Media.*
- Li, Y. (2023). AnAnalysis of Brand Culture ofApple Inc. from Semiotics. 647-652.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Lin, Y. (2015). media dependency theory.
- Mahendra, & Juddi. (2023, 9). ANALISIS VIRALITAS MEME WILL SMITH DAN CHRIS ROCK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DRAMA TELYU. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20, no.02.
- Majid. (2020, 12). Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5, no.2, 228-237.
- Mariana, & Subarjo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphone di Apple Store Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, no.3, 24159-24167.
- Maskur. (2024). *Praks Belajar Metodologi Penelian Bidang Psikologi Pendidikan dan lmu Pendidikan (Buku Ajar Mata Kuliah)*. PT. Indragiri Dot Com.
- Maulida, & Pertiwi. (2024, November 5). Apple Mau Bangun Pabrik Rp 157 Miliar di Indonesia, demi iPhone 16? Halaman all - Kompas.com. *Tekno Kompas*.
<https://tekno.kompas.com/read/2024/11/05/13550917/apple-mau-bangun-pabrik-rp-157-miliar-di-indonesia-demi-iphone-16?page=all>
- McPhail, T. L. (2014). *Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends*. Wiley. Mekarisce. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12, 145-151.
- Mishra, A., & Upadhyay, R. (2024). New Media, Media Logic and the Changing

Landscape of Political Communication. *UGC-CARE Listed Research Journal*, 53-58.

Moniaga, Hidayati, Fitri, Dewi, Yuliana, Yulianti, Susanto, Yanto, Misnawati, Choerudin, Resiana, & Wenno. (2024). *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Gita Lentera.

Mulyana, A., & Vazza, A. P. (2023). *Social Construction of New Media in Cyberspace*. PT Rekacipta Proxy Media.

Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi Z Dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146-159.

Paningrum, D. (2022). *Buku referensi investasi pasar modal*. Lembaga Chakra Brahmana Lentera.

Patton, M. Q. (1999, 12). Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis.

Purnama, I. D. (2024, December 4). Pemerintah Minta Apple Tambah Investasi Rp16 Triliun Jika Mau Berjualan iPhone 16 *Ekonomi Bisnis*. <https://ekbis.sindonews.com/read/1498041/34/pemerintah-minta-apple-tambah-investasi-rp16-triliun-jika-mau-berjualan-iphone-16-1733285578>

Reza, M., & Amanda, D. (2024). Pengaruh Media Sosial Facebook Pada Penyebaran Informasi Hoaks Terhadap Generasi X Di Desa Setu Sari Kecamatan Cileungsi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 19139-19149.

Riyanto, & Wahyudi. (2024, 12 13). *ng Sinyal Positif Kehadiran iPhone 16 di Indonesia* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "Sinyal Positif Kehadiran iPhone 16 di Indonesia.

<https://tekno.kompas.com/read/2024/12/12/13580017/sinyal-positif-kehadiran-iphone-16-di-indonesia?page=all>

Rogers, H., Freitas, J., & Porfírio, J. F. (Eds.). (2023). *YouTube and Music: Online Culture and Everyday Life*. Bloomsbury Publishing.

Ross. (2011). THE ENCODING/DECODING MODEL REVISITED.

Septian, & Leksono. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.

Skoric, M. M. (Ed.). (2024). *Research Handbook on Social Media and Society*. Edward Elgar Publishing Limited.

Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. SAGE Publications.

Steenkamp, J.-B. (2017). *Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding*. Palgrave Macmillan UK.

Suprimansyah, R., & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Personal Branding terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada followers Social Media YouTube @GadgetIn). *Jurnal Sosio dan Humaniora, Volume 1, Number 2*, 85-92.

We Are Social. (2024, Jan). *Most Used Social Media Platforms*. Retrieved Nov 26, 2024, from <https://wearesocial.com/us?s=social+media>

Wenno, B., & Delliana, S. (2021). HUBUNGAN KUALITAS KONTEN CHANNEL YOUTUBE GADGETIN TERHADAP KEPUASAN VIEWERS KONTEN GADGET. *Journal Media Public Relations, 1, no.2*.

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications.

Young, J. J. (2017). Media Dependency Theory Jung, J.-Y. (2017). Media Dependency Theory. *The International Encyclopedia of Media Effects*. 1-10.

Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.

