



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:

- Abdurahman, Maman & Sambas Ali Muhidin. 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aditya, Adrianus, dkk. 2013. *Social Media Nation*. Jakarta Selatan: Prasetya Mulya Publishing.
- Allison, Michael, dan Jade Kaye. 2005. *Strategic Planning for Nonprofit Organizations A Practical Guide and Workbook*. San Francisco: CompassPoint Nonprofit Services.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Conny R. Semiawan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo
- Creeber, Glen, Royston Martin. 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press
- Dasrun Hidayat. 2013. *Media Public relations: Pendekatan Studi Kasus, Cyber Public relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Breakenridge, Deirdre, K. *Social Media and Public relations: Eight New Practices the PR Professional*. 2012. FT Press. New Jersey
- Effendy, Oong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Evans, Liana. 2010. *Social Media Marketing*. United States of America: Que Publishing.
- Griffin, E.M. (2003) *A First Look At Communication Theory: Fifth Edition*.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kuslum, Umi. 2007. "Masih dalam Dekapan "Manga" dalam *Kompas*, 26 November 2007.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. USA and Canada: Routledge
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa: Buku 1 Edisi 6*. Salemba Humanika: Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar versi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, dan Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Raco, Josef R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Ruben, Brent D., Stewart, Lea P., 2006. *Communication and Human Behavior*. United States: Allyn and Bacon
- Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Edisi Revisi, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Safko, Lon. 2012. *The Social Media Bible: Third Edition*. United States of America: Wiley.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sulistyo, dan Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia

Online:

- “10 Fakta Unik Pengguna Internet Di Indonesia”. 2015. Ifakta. Di akses 29 Mei 2016. <http://ifakta.com/10-fakta-unik-pengguna-internet-di-indonesia/>
- “The Digital *Engagement*”. 2016. Digital *Engagement*. Diakses 16 Juni 2017. <http://www.digitalengagement.info/what/>
- Admin. 2015. Rajawali Nusindo. 16 Januari. Diakses 29 Mei. <http://nusindo.co.id/dampak-positif-dan-negatif-menggunakan-sosial-media/>
- Agnes, Tia. 2016. Detik. 12 Februari. Diakses 29 Mei 2016. <http://hot.detik.com/art/3140810/komikin-ajah-komunitas-komik-instagram-terbesar-di-indonesia>.
- Blogteam, Ciayo. Juni 2017. Diakses 05 November 2017. <https://blog.ciayo.com/news/tips-dan-langkah-membuat-komik-one-shot-dalam-format-webtoon/>
- Febiyana, Arya. 2015. Dumet Development. 12 Mei 2015. Diakses tanggal 29 Mei 2016. <http://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan-keistimewaannya>
- Inung. 2015. Pos Kota. 22 Juni. Diakses tanggal 29 Mei 2016. <http://poskotanews.com/2015/06/22/komikus-indonesia-belum-bangga-pada-karyanya/>
- Ivory. 2017. 13 Ciri Media Sosial dan Fungsinya. 16 Juni. Diakses tanggal 11 November 2017. <https://pakarkomunikasi.com/ciri-ciri-media-sosial>.
- Jos. 2016. Marketing Joss. Diakses tanggal 29 Mei 2016. <http://www.marketingjoss.com/pengertian-media-sosial-3-sosial-media-terbaik/>
- Khoer, Miftahul. 2014. 19 Januari. Industri Komik Belum Berkembang. Diakses tanggal 05 November 2017.

<http://lifestyle.bisnis.com/read/20140119/230/198055/industri-komik-indonesia-belum-berkembang>.

Komikin Ajah. diakses tanggal 2 Juli 2016 dan 29 September 2016.

https://www.instagram.com/komikin_ajah/?hl=id

Musofa, Dwi Zain. 2015. Diakses tanggal 10 September 2017.

<https://www.merdeka.com/teknologi/instagram-jadi-jejaring-sosial-paling-berkembang-di-2015.html>

Noviana, Nidia, dkk. 2015. Diakses tanggal 05 November 2017.

<http://www.ziliun.com/infografik-perjalanan-industri-komik-indonesia/>

Nyssa, Chrisvania. 2017. 10 Strategi Instagram untuk Para Pelaku Industri Kreatif.

Diakses tanggal 09 November 2017.

<https://socialmediaweek.org/jakarta/2017/01/10/10-strategi-instagram-untuk-para-pelaku-marketing-kreatif/>

Onino, Mansah. 2016. Algoritma Instagram Baru, Siap-siap Penjual Online

Terkena Dampaknya. Diakses tanggal 09 November 2017.

<http://www.onino.web.id/2016/05/dampak-perubahan-algoritma-instagram-untuk-online-shop.html>

Priheherdityo, Endro. 2015. Kebutuhan Komik Lokal Untuk Jadi Global. 08

Agustus. Diakses tanggal 11 November 2017.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20150808113224-220-70818/kebutuhan-komik-lokal-untuk-jadi-global/>

Redaksi. 2016. Dagelan. 6 Mei. Diakses 29 Mei 2016. [http://dagelan.co/Komikin](http://dagelan.co/Komikin-Ajah-jayakan-komikus-lokal/#.V1zyGiGKTIU)

[Ajah-jayakan-komikus-lokal/#.V1zyGiGKTIU](http://dagelan.co/Komikin-Ajah-jayakan-komikus-lokal/#.V1zyGiGKTIU)

Utami, Sriwulan Agus. 2017. Ring SOS: Fungsi dan pentingnya Hashtag dalam

Instagram. 26 Juni. Diakses tanggal 11 November 2017.

<http://www.ringsos.com/2016/08/fungsi-dan-pentingnya-hashtag-dalam.html>.

Salcido, Miguel. 2012. Organic SEO Consultant. Diakses tanggal 10 September 2017. <http://www.organicseoconsultant.com/advantages-of-using-social-media/>.

Sihombing, Febriyani. 2014. Kyoto Review. Diakses tanggal 29 September 2016 <http://kyotoreview.org/bahasa-indonesia/wanara-mengaburkan-batas-batas-klasifikasi-komik-di-indonesia/>

Suryana, Dr. 2010. Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Diakses tanggal 04 November 2017. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/23731890cdc8189968cf15105c651573.pdf



U
M
N

Skripsi

Angia, Maria. 2013. “Analisis Strategi Public Relations Melalui Media sosial Facebook & Twitter) dalam Mengelola Citra Positif PT MNC Pictures”. Jakarta: Universitas Bina Nusantara

Islamey, Mumpuni Diyah. 2013. “Strategi *Public Relations* Dompot Dhuafa Republika dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Twitter”. Jakarta: Universitas Islam Negeri.

Pijar, Suciati. 2008. Pengaruh Kualitas Media dan Kualitas Pesan Terhadap Dampak Komunikasi Papan Pengumuman Elektronik Sebagai Media Baru dalam Menyampaikan Informasi (Studi Pada Pengguna Jendela Informasi – 04 Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Jakarta. Universitas Indonesia

UMMN