

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (2009). *Mitologi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Berger, A. A. (2000). *Media Analysis Techniques*. Alih Bahasa Setio Budi. Yogyakarta : Andi Offset.
- Budiman, K. (2005). *Semiotika Visual*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics The Basic*. London and New York: Routledge.
- Cobley, Paul, L. J. (1999). *Introducing Semiotics*. New York: Totem Books.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fiske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi KETiga*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Hall, S. (1997). *The Work of Representation. Theories of Representation*. Jakarta: Sage Publication.
- Hasfi, N. (2011). *Analisis Framing Pemberitaan Malinda De di detik.com, Majalah Tempo, dan Metro TV*. <http://eprints.undip.ac.id/33338>
- Hou, M. (2013). The Semiotics of Internet Celebrity : Gangnam Style Case. *Tilburg Papers in Culture Studies, November*.
- Hou, M. (2019). Social media celebrity and the institutionalization of YouTube. *Convergence, 25(3)*, 534–553. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>
- Junaedi, F. (2013). *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Jakarta: Santusta.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W, dan K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi: THEories of Human Communication. Edisi Kesembilan. Terjemahan oleh Muhammad Yusuf Hamdan*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mahfud, C. (2011). *Pendidikan Multi Kultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moelong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT. Media Elexkomputindo.
- Philips, Y. (2009). *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in The World of Social Media*. Kogan Page Limited.
- Piliang, Y. A. (2011). *Semiotika dan Hipersemiotika : Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Jakarta : Matahari.
- Purwasito, A. (2003). *Message Studies, Studi Tanda Dalam Wacana*. Surakarta: Ndalem Poerwahadiningratan Press.
- Rusmana, D. (2014). *Filsafat Semiotika, Paradigma, Teori dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis*. Jakarta : CV. Pustaka Setia.
- Safko, L. (2012). *The Social MEDIA Bible 3rd Edition*. John Wiley dan Sons.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jakarta : Jalasutra.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

- Warmbrodt, J. (2007). An Exploratory Study of The Videoblogger's Community. *Master Thesis*.
- Winarso, H. (2005). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta : Prestasi Pustaka.
- Zhang, H. (2018). Evoking presence in vlogging: A case study of U. K. beauty blogger Zoe Sugg. In *First Monday* (Vol. 23, Issue 1). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i1.8107>

Jurnal/ Skripsi

- Amin, Octa Lidya Ghaisani. 2015. *Representasi Kecantikan Perempuan Pada Iklan Dove versi "Real Beauty Sketches" Di Situs Youtube*. Universitas Airlangga: Jurnal
- Nurachmad, Fidela Zerlina Aufa. 2016. Makna Simbol Zionisme dalam Tiga Episode Spongebob Squarepants (Analisis Semiotika pada Film Spongebob Squarepants Episode Good Neighbours, Horus Pocus, dan Cephalopod Lodge). Universitas Muhammadiyah Malang: Skripsi.

Website

www.kominfo.co.id

<https://www.viva.co.id/digital/1009681-setahun-pengguna-interneti-hanya-naik-10-juta>, diakses 07 Januari 2018/12.25.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia> , diakses pada 1 februari 2018.

<https://www.statista.com/statistics/294655/youtube-monthly-beauty-content-views>