

DAFTAR PUSTAKA

- Albarikah, K. R. (2017). *Pesan Moral dalam Film (Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Trash)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan.
- Albarikah, R. K. (2017). *Pesan Moral Dalam Film (Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral dalam Film Trash)*.
- Anggoro, A. D. (2014). *Media, Politik dan Kekuasaan*.
- Antonius, N., & Sarwoyo, V. (2012). *Analisis Wacana Logis Berwacana dan Santun Bertutur*. Flores: Nusa Indah.
- BJ, Z. (2011, Januari 12). *72 Persen Keluarga Indonesia Pengguna Sepeda Motor*. Diambil kembali dari www.otomotif.kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2011/01/12/14370870/72.Persen.Keluarga.Indonesia.Pengguna.Sepeda.Motor>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fuchs, C. (2007). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. Routledge.
- Iksanti, I. N. (2018). *Sikap Remaja Terhadap Tayangan Vlog*.
- Kurniawan, F. (2019, Juli 3). *Konten Paling Populer di YouTube Indonesia: Vlog Keluarga*. Diambil kembali dari www.tirto.id: <https://tirto.id/konten-paling-populer-di-youtube-indonesia-vlog-keluarga-edwU>
- Lutfiasari, N. F. (2016). *Hubungan Antara Pengguna Jejaring Sosial Facebook Dengan Perilaku Menyimpang Siswa MAN Klaten*, Skripsi tidak diterbitkan, Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kljaga.
- Manuaba, I. B. (2008). *Memahami Teori Konstruksi Sosial*.
- Muryatma, N. M. (2018). *Hubungan Antara Faktor Keselamatan Berkendara dengan Perilaku Keselamatan Berkendara*. *Jurnal Promosi dan Pendidikan Kesehatan Indonesia*. Dipetik Maret 28, 2019, dari <https://e-journal.unair.ac.id/PROMKES/article/view/7735>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama media.

- Permana, A. (2018, Mei 31). *Fakta Menarik Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia*. Diambil kembali dari www.trentech.id: <https://www.trentech.id/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia/>
- Sari, N. R. (t.thn.). Analisis Isi Pesan Dalam Rubrik People Majalah Glow Up Edisi September 2009-Januari 2010. *Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dakwah Islam Universitas Islam Negeri (UIN)*.
- Syam, N. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wirga, E. W. (2017). Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 21(1).
- Kawasati, R. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Skripsi. Program Sarjan (S1) Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Sorong*.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1).
- Ani, N. A. I. (2020). Personal Branding Youtuber Nomor Satu di Indonesia. *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 2(2).
- Pertiwi, R. A., & Fuady, M. E. (2021). Hubungan Tayangan Vlog Aksi Sosial dalam Channel Youtube Bapau dengan Perilaku Subscribers Berbuat Kebajikan.
- Zulfa, N. Q., Zabidi, H., & Ma'mun, M. Y. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal Of Islamic Economic (MJSE)*, 1(2), 110-120.
- Annastasia, G. E. (2020). Pengaruh Konten Prank dalam Youtube terhadap Sikap Negatif Mahasiswa Universitas Sumatera Utara.
- <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/#.YwhNX3VBzIU>, diakses pada 5 juni 2022 pkl 13:22 WIB
- <https://tirto.id/arti-flexing-asal-usul-katanya-yang-ramai-di-media-sosial-gpgJ>, diakses pada 28 Februari 2022 pkl 13:00 WIB
- <https://regional.kompas.com/read/2022/03/02/060600478/sosok-indra-kenz-crazy-rich-medan-yang-jadi-tersangka-kasus-binomo-pernah>, diakses pada 26 April pkl 12:56 WIB
- <https://www.suara.com/news/2022/01/16/113115/siapa-doni-salmanan-dan-dari-mana-sumber-kekayaannya>, diakses pada 28 Februari pkl 15:15 WIB

<https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/youtube-rajai-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada 3 Mei 2022 pk1 14:02 WIB

<https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/flexing-fenomena-pamer-harta-demi-terlihat-cepat-kaya-1xkIuyQ2d8H>, diakses pada 24 April pk1 20:00 WIB

<https://akurat.co/mengenal-flexing-berawal-dari-bahasa-gaul-bisa-jadi-strategi-marketing>, diakses pada 24 April 2022 pk1 20:00 WIB

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, diakses pada 6 Mei 2022 pk1 17:00 WIB

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220316115125-33-323224/sebelum-crazy-rich-ini-jejak-digital-profesi-doni-salmanan>, diakses pada 7 Agustus 2022 pk1 15:25 WIB