

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, J., Sazali, H., & Rasyid, A. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 498. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.880>
- Amalia, N. (2021). *Strategi Kreatif Kreator Konten Dalam Memproduksi Video Dakwah Di Akun Instagram @Bagussuhar*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Anggraini, Y., Oktaviani, R. C., & Adrian, A. (n.d.). *PERSEPSI MASYARAKAT KOTA BOGOR TERHADAP TAYANGAN TALK SHOW PAGI PAGI PASTI HAPPY DI TRANS TV*.
- Arda, S., & Saehana, D. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Komputer Untuk Siswa SMP Kelas VIII. *E-Jurnal Mitra Sains*.
- Arianto, R. (2022). PERMASALAHAN DALAM PEMBELAJARAN. *Jurnal Citra Pendidikan*, 2, 550–554.
- Arsyad, A. (2013). *Media Pembelajaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Asni Sari, K., & Reftantia, G. (2024). Hegemoni “Clash of Champions Ruang Guru” di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Iapa Proceedings Conference*, 130. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1047>
- Assalamah, T. M. (2024). *JCOMMSCI-JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE Strategi Viral Marketing Melalui Konten Edutainment Clash of Champions by Ruangguru Viral Marketing Strategy Through Edutainment Content Clash of Champions by Ruangguru*. <https://doi.org/10.1080/019722409032>
- Cahyani, A., Listiana, I. D., & Larasati, S. P. D. (2020). Motivasi Belajar Siswa SMA pada Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 3(01), 123–140. <https://doi.org/10.37542/iq.v3i01.57>
- Cholily, Y. M., Putri, W. T., & Kusgiarohmah, P. A. (2019). *PEMBELAJARAN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. <https://www.42.fr>
- DeVito, J. A. . (2015). *Human communication : the basic course*. Pearson Education.
- F Hermawan. (2022). Analisis minat masyarakat pengguna platform YouTube sebagai media komunikasi digital masa kini. *JEBM: Jurnal Manajemen*, 14(3), 564-573.

- Forceila, D., Putri, D. R., & Ivana, L. (2021). Persepsi Pada Jingle Shopee Versi Baby Shark (Studi Deskriptif Followers Instagram @Shopee_id). *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 6(1).
- Harahap, H. (2017). *PREFERENSI MEDIA..... Halomoan Harahap PREFERENSI MEDIA MASYARAKAT JABODETABEK DAN FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA PREFERENCES OF JABODETABEK MEDIA COMMUNITY AND THE INFLUENCE FACTORS*. www.kpu.go.id.
- John W Creswell. (2016). *Research Desain: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Khuriyana, E., Nugroho, T., & Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, K. (2020). *Prosiding Semnaskom 2020 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram Persepsi Netizen Terhadap Channel Youtube Akademi Desa Sebagai Knowledge Sharing Program Pemberdayaan Masyarakat di Era 4.0. (Episode : Ngobrol Pintar Kegiatan Pemberdayaan Oleh PSM DI Lintas K/L)*.
- Kurohman, E. M., & Yuliani, F. (2023). Pandangan Mahasiswa Universitas Bengkulu Dalam Tayangan Program Tonight Show Net Tv Dan Tonight Show Premiere Di Chanel Youtube. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 4(1), 35–42. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v4i1.5225>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?* iCrossing.co.uk/ebooks.
- Murtiastuti, D. M. (2020). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Rachel Goddard terhadap Perilaku Imitasi Mempercantik Diri*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Mutmainnah Arham. (2020). *Efektivitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Pembelajaran*.
- Ngangi, C. R. (2011). *KONSTRUKSI SOSIAL DALAM REALITAS SOSIAL* (Vol. 7).
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA* (Vol. 6, Issue 1).
- Prayogi, M. A. (2023). *KONSTRUKSI SELERA DALAM PRAKTIK BERFESYEN MAHASISWI DI PERGURUAN TINGGI ISLAM KOTA KEDIRI*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). CV.Afabeta.

- Putri, Y. A., Parani, R., Harapan, U. P., & Com, Y. (2020). *MAKNA AMBYAR SEBAGAI BENTUK PENGUATAN SOLIDARITAS KOMUNITAS PENDUKUNG DIDI KEMPOT* (Vol. 8).
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Rahman, A., & Perwirawati, E. (2022). PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP WISATA HERITAGE (STUDI KASUS PADA LIMA DESTINASI WISATA HERITAGE DI KOTA MEDAN). In *JURNALSOCIALOPINION* (Vol. 7).
- Rahman Azahari, A., & Alexandro, R. (2015). Meningkatkan Minat Belajar Siswa Melalui Media Visual Pada Materi Tentang Tindakan Ekonomi Dan Motif Ekonomi Mata Pelajaran IPS Kelas VIII D SMPN 1 Dusun Tengah Kabupaten Barito Timur. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 1(3), 38–47. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi* (Cet.24). Remaja Rosdakarya.
- Saberan, R. (2012). Penggunaan Media Audio Visual dalam Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Siswa. *LENTERA Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 7(2), 1–19.
- Setiadi, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Situmorang, K. (2024). *DAMPAK MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI AKADEMIK MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS QUALITY*. UNIVERSITAS QUALITY.
- Suparno, B. A., & Susilo, M. E. (2022). *Teori Komunikasi Untuk Penelitian* (1st ed., Vol. 1). Suluh media.
- Susilana, R., & Riyana, C. (2009). *Media Pembelajaran*. CV Wacana Putra.
- Widada, C. K. (2018). MENGAMBIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Winata, K. I. (2021). Konsentrasi dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Pembelajaran Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(1), 13–24. www.journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik