

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggito, Albi & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Artz, Lee Dkk. (2003). *The Globalization Of Corporate Media Hegemony*. New York: State University Of New York Press.
- Fitrah, Muh Fitrah & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Last, Scoot. (2004). Pustaka filsafat sosiologi post moderenisme. Yogyakarta: penerbit kanisius
- Nurhalimah, Sitti Dkk. (2019). *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Raco, J.R. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana Indoneisa.
- Wijaya, Hengki. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar: Penerbit Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Zein, Mohammad Fadhilah. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial Untuk Generasi Emas Melenial*. Penerbit Fadhilah Zein.

Jurnal

- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. (2017). Strategi Personal Branding Selebgram Melalui Media Sosial Instagram. *E-Proceedings of Management*, 4(1).
- Anadhi, I. M. G. (2016). *Komodifikasi Arsitektur Bade di Kota Denpasar* (Vol. 1). An1mage.
- Caballero, Gabriel Dkk. (2014). Role Of Media Hegemony And Subculture. Germany:*Jurnal Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Fadillah, D. (2015). Komodifikasi Seksual Dalam Kepentingan Ekonomi Portal Berita Online. *Informasi*, 45(2), 155-162.
- Juditha, C. (2018). Hegemoni Media Sosial: Akun Gosip Instagram@ lambe_Turah Sosial Media Hegemony: Gosip Instagram Account@ Lambe_Turah. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol*, 22(1), 16-30.
- Mandjarreki, S. (2018). Agresi Media Dan Kematian Ruang Sosial (Tafsir Sosiologis atas Hegemoni Media Sosial). *Jurnal Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 4(2).
- Mefita, S., & Yulianto, M. (2018). Fenomena gaya hidup selebgram (studi fenomenologi selebgram awkarin). *Interaksi Online*, 6(4), 567-573.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model komunikasi sosial remaja melalui media twitter. *Jurnal Aspikom*,

3(3), 539-549.

- Prakoso, H. A. (2016). Personal Branding Prabowo Subianto (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Prabowo Subianto di Situs Berita Online Republika. co. id dan Tempo. co. Id Tanggal 9 Juni-9 Juli 2014). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 7(1), 18-24.
- Pribadi, F. (2018). Komodifikasi Derita Korban Bencana. *The Journal of Society and Media*, 2(2), 146-153.
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 4(1), 33-41.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Sharma, B. K., Jain, M., & Tiwari, D. Students perception towards social media with special reference to Management Students of Bhopal Madhya Pradesh. *International Journal of Engineering and Applied Sciences*, 2(1). 30-34.
- Totoatmojo, K. M. (2015, May). The Celebrity Endorser (Selebgram) Effect Toward Purchase Intention On Instagram Social Media. In *ASEAN/asian academic society international conference proceeding series*.
- Utari, M., & Rumyeni, R. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun@ Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya* (Doctoral dissertation, Riau University). Vol. 4 No. 2
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Wati, Sulistya dan Ardhie Raditya. (2013). Hegemoni Blackberry Mahasiswa Unesa. *Jurnal Paradigma*, Vol. 1 No. 3, Hlm. 1-6
- Wibowo, Mario Antonius. (2004). Melawan Hegemoni dengan Strategi Komunikasi Berpusat pada Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 1, Hlm 37-72
- Sumber Lain**
- Survey We Are Social: Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia. (2018) Diakses dari laman <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-Indonesia> (22 oktober 2019)
- Survei “*Jakpat Survey Report – Social Media Influencers Trend*” Tahun 2019. Diakses dari laman
https://www.kompasiana.com/rintar_sipahutar/5a462ed3f1334440876bdf82/yang-penting-viral (21 Januari 2020)
- Tirto. Diakses dari laman <https://tirto.id/mengenang-friendster-dan-media-sosial-jadul-yang-lain-csMe> (10 Desember 2019)

Wedhaswary, Ingried Dwi. (2019) “Hari ini dalam sejarah: instagram diluncurkan, bagaimana kisah awalnya?”. Diakses dari laman <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/06/064200765/hari-ini-dalam-sejarah--instagram-diluncurkan-bagaimana-kisah-awalnya-?page=>