DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Belch, George dan Michael A. Belch. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.

Creswell, John. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Evans, Dave dan Jake McKee. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement.* Kanada: Wiley Publishing, Inc.

Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Helianthusonfri, Jefferly. (2014). *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Twitter*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Kencana.

Littlejohn, Stephen dan Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

Longman Dictionary of Contemporary English New Edition. (2011). England: Pearson Education Limited.

Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Moleong, Lexy. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosadakrya Offset.

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Kencana Prenamedia Group.

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: Gramedia.

Satori, Djam'an dan Aan Komariah. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Sukarto & Hianoto. (2009). *Sukses Berbisnis Internet dalam 29 Hari.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Vardiansyah, Dani. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks.

Wuebben, Jon. (2011). *Content is currency: Developing Powerful Content for Web and Mobile.* Unite Stated of America: Nicholas Brealey Publishing.

Jurnal

Burton, Suzan dan Alena Soboleva. (2011). *Interactive or reactive? Marketing with Twitter.* Journal of Consumer Marketing, Vol. 28 Iss: 7, pp. 491-499. (Emerald Insight).

Cho, Ji Young dan Eun-Hee Lee. (2014). *Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative Content Analysis: Similarities and Differences.* The Qualitative Report 2014 Volume 19, Article 64, 1-20.

Daft, Richard dan Robert H. Lengel. (1986). *Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design.* Management Science Volume 32 Issue 5 Organization Design (May, 1986) 554-571.

Daft, Richard, Robert H. Lengel, dan Linda Klebe Trevino. (1987). *Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems.* MIS Quarterly, Vol 11 No.3 (Sep, 1987), 355-366.

Dennis, Alan dan Joseph S. Valacich. (1999). *Rethinking Media Richness: Towards a Theory of Media Synchronicity.* Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.

Greer, Clark dan Douglas A. Ferguson. (2011). *Using Twitter for Promotion and Branding: A Content Analysis of Local Television Twitter Sites.* Journal of Broadcasting & Electronic Media 55 (2), pp. 198-214.

Hidayat, Faris Tri dan Poppy Febriana. (2014). *Promosi Online Pada Indie Clothing Inspired27 Malang.* KANAL Vol. 2 No. 2, Hal 107-206.

Hseih, Hsiu-Fang dan Sarah E. Shannon. (2005). *Three Approaches to Qualitative Content Analysis.* Qualitative Health Research, Vol. 15 No. 9 pp.1277-1288. (Sage Publications).

Huan, Chen. (2015). *College-aged Young Consumers' Interpretation of Twitter and Marketing Information on Twitter*. Young Consumers, Vol. 16 Iss:2 pp.208-221. (Emerald Insight).

Joshi, Avani, Dipen A. Patel, dan David A. Holdford. (2011). *Media Coverage of Off-Label Promotion : A Content Analysis of US Newspaper*. Research in Social and Administrative Pharmacy Vol. 7, pp 257-271. (Science Direct).

Kurnia, Desi. (2014). *Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari – 28 Februari 2014).* Retrieved from Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Digital Library.

Manubawa, Yoseph. (2013). *Efektivitas Mobile Advertising dalam Iklan Reguler Event Party (Analisis Efektivitas Penyampaian Pesan Iklan Reguler Event Party Melalui Broadcast Blackberry Messanger (BBM) menggunakan EPIC Model di Hugo's Café Yogyakarta Tahun 2013).* Retrieved from Universitas Atma Jaya Yogyakarta Digital Library.

Mayring, Philipp. (2000). *Qualitative Content Analysis*. Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research, Vol. 1, No. 2 Art.20.

Mubarok, Husni. (2014). *Jejaring Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Pada Akun Twitter @Kalimilk).* Retrieved Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Library.

Sanderiana, Vanda. (2013). *Studi Kasus Interaktivitas Twitter pada bisnis @Mie_Reman di Kota Bandung*. Retrieved from Telkom University Digital Library.

Sreenivasan, Nirupama Dharmavaram, Chei Sian Lee, dan Dion Hoe-Lian Goh. (2012). *Tweeting the Friendly Skies : Investigating Information Exchange among Twitter Users about Airlines.* Programa: Electronic Library and Information Systems., Vol. 46 Iss: 1 pp. 21-41. (Emerald Insight).

Sullivan, John, Anthony G. Scheneiders, Choon Wi Cheang, et.al (2011). *'What's Happening?' A Content Analysis of Concussion-Related Traffic on Twitter.* Br J Sport Med Published.

Pitria, Delfa. (2014). *Analisis Interaktivitas Twitter @boberCafe (Studi Tentang Interaktivitas Twitter @bobercafe dalam Promosi Bober Café di Twitter.* Retrieved from Telkom University Digital Library.

Thoring, Anne. (2011). *Corporate Tweeting : Analysing the Use of Twitter as a Marketing Tool by UK Trade Publisher*. Springer Science and Business Media, pp. 141-158.

Wurinanda, Iradhatie. (2014). *Efektivitas Promosi Produk Sop Duren Lodaya Melalui Twitter.* Retrieved from Institut Pertanian Bogor Digital Library.

Zhang, Yang dan Barbara M. Wildemuth. (2009). *Qualitative Analysis of Content.* Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science pp. 208-319.

Skripsi

Nazoeaggi, Tano. (2011). *Analisis Isi Pesan Kreatif Iklan Media Cetak Peraih Medali Emas Penghargaan Bulanan dalam Forum http://www.adsoftheworld.com Periode Oktober 2008 Hingga Maret 2011*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.

Noor, Zia. (2014). *Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Twitter (Studi Kasus di Dusun Bambu Bandung).* Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

Piri, Ines. (2013). *Analisis Isi Tweets Akun Twitter Wall's Magnum @MyMagnumID.* Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

Shalaty, Martina. (2012). *Wirausaha dalam Social Media Twitter (Analisis Isi Pesan Wirausaha dalam Social Media Twitter).* Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi: Jakarta: Tidak Diterbitkan.

Widya, Astri. (2012). *Isi Hijab Fashion Blog (Analisis Isi Deskriptif Blog Sitistreet.blogspot.com Sebagai Hijab Fashion Blog Periode Bulan Juli – Desember 2012).* Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

Majalah

Setiawan, Iwan. (2015, September). Content Marketing for Modern Marketeers. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 36-39.

Soeprajitno, Hendra. (2015, September). Menarik Perhatian, Bukannya Penjualan. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 42-43.

Triwijarnako, Ramadhan. (2015, September). Selamat Datang Era Story Telling. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 44-46.

Internet

http://puskakomui.or.id/ (25 November 2015 pukul 19:05 WIB).

https://twitter.com/ikanatassa (12 September 2015 pukul 21:24 WIB).

https://twitter.com/about (11 September 2015 pukul 13:40 WIB).

Harry dan Etwin Satyadi. (2010). *Anatomy Of Selling: Sebuah Telusur Proses Penjualan* (E-Book). Tersedia: https://books.google.co.id/books?isbn= 979276920X (19 September 2015 pukul 19:44 WIB).

Mayring, Philipp. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation Basic Procedures and Software Solution.* (E-Book). Tersedia: www.psychopen.eu/.../mayring/ssoar-2014-mayring-Qualitative_content (1 November 2015 pukul 15: 01 WIB).

Smartini. (2010). *Twitter: Best Social Networking* (E-Book). Tersedia: https://books.google.co.id/books?isbn=9792912665 (29 September 2015 pukul 13: 10 WIB).