

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Rineka Cipta.
- Ardianto, M.Si, E. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Indrawan, Rully dan Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. PT Reflika Aditama.
- McQuail, D. (2014). Mass Communication. In *Mass Communication*.  
<https://doi.org/10.4135/9781446262467>
- Mondry. (2008). *Teori dan praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Gaya Media.
- Quesenberry, K. A. (2016). *SOCIAL MEDIA STRATEGY*. The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.
- Roberts, M. L., & Zahay, D. (2008). *Internet Marketing: Integrating Online & Offline Strategies*. South-Western Cengage Learning.  
<http://www.businesscoachinglab.gr/page.aspx?itemID=SPG149>
- Sedarmayanti dan Hidayat, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Mandar Maju.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siyoto, Sandu., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2010). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. Pustaka Setia.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Start Up.
- Vivian John. (2018). *Teori Komunikasi edisi kedelapan*. Prenanda Media Grup.

## **JURNAL**

- Drury, G. (2008). Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 274–277. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ddmp.4350096>
- Mu, A. (2019). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web Solis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TWITTER TERHADAP TERBENTUKNYA BRAND IMAGE RESTORAN BURGER GABOH PEKANBARU*.

## **ONLINE**

- Agi, 2019. *Pengguna Capai 330 Juta, Keuntungan Twitter Naik 3 Kali Lipat* Pengguna Capai 330 Juta, Keuntungan Twitter Naik 3 Kali Lipat, Jakarta (ONLINE) <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190424001600-185-389042/pengguna-capai-330-juta-keuntungan-twitter-naik-3-kali-lipat>
- Herfianto, 2020. *Prestasi dan Penghargaan Film Gundala*, Jakarta. (ONLINE) <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4155178/prestasi-dan-penghargaan-film-gundala>

Tim Media Websindo, 2019. *Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum*, Jakarta. (ONLINE) <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>

Budiansyah, Arif. 2019. *Top 10 Brand Indonesia Yang Paling Sukses Di Twitter, Ini Strateginya*. Jakarta. (ONLINE) <https://nextren.grid.id/read/011804722/top-10-brand-indonesia-yang-paling-sukses-di-twitter-ini-strateginya?page=all>

Abas, Dhaifurrakhman. 2019. *Gundala Tembus Paris International Fantastic Film Festival*. Jakarta. (ONLINE) <https://www.medcom.id/hiburan/film/wkB76m4K-gundala-tembus-paris-international-fantastic-film-festival>

Fachrul, 2019. *Teknologi Dolby Atmos Kian Digemari*. Jakarta (ONLINE) <https://mancode.id/berita/teknologi-dolby-atmos-kian-digemari/>

Situmorang, Ria Theresia, 2019. *Gundala Tak Mampu Puaskan Penikmat Film Indonesia, Ini Saran Pengamat*. Jakarta. (ONLINE) <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190830/254/1142672/gundala-tak-mampu-puaskan-penikmat-film-indonesia-ini-saran-pengamat->