

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinda, R. A. A., Irawan, B., & Boer, K. M. (2020). Interaktivitas Website Belimbing.Id Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Sistem Pelayanan Masyarakat Di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat Kota Bontang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 88–102. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=4025>
- Agustian, D. J., SM, A. E., & Octaviani, V. O. (2024). Netnografi Pesan Moral Dalam Vlog Atap Negeri Fiersa Besari. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 381–388. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6341>
- Alkarimi, R. S. (2017). ANALISIS STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN PT. POS INDONESIA. *Epository.Unpas.Ac.Id*, 2015. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30046>
- Amin, T. M. (2015). *Media Sosial dan Identitas Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Anhar, M., & Mollah, S. (2015). Impact of Internet Banner Advertisement on Social Media'S Consumer Buying Behaviour: A Case Study of Facebook. *European Journal of Business and Management Www.liste.Org ISSN*, 7(7), 150–172. www.iiste.org
- Gretha, P. (2013). Review Jejaring Sosial "FACEBOOK." 1–3.
- Hadjah, A. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
- Lestari, M. D., & Nurliah. (2023). Interaktivitas Akun Instagram @ Ezraalfatah dalam Membangun Motivasi Mahasiswa Menyusun Skripsi : Studi terhadap Mahasiswa Kalimantan Timur. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 4(1), 435–444.
- Lestari, F. M. (2019). *Pengaruh Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Remaja di Indonesia*.
- McMillan, S. J., & Hwang, J. S. (2002). "Measures of perceived interactivity: An exploration of the role of direction of communication, user control, and time in shaping perceptions of interactivity." *Journal of Advertising*, 31(3), 29–42.
- McMillan, S. J., & Hwang, J. S. (2002). "Mental Imagery and Interactivity: The Role of Symbolism in Media Experience". *Journal of Interactive Advertising*, 2(1), 34–49.
- Meirani, N., & Komalasari, R. (2022). Fiqh Al-Bai'S Review of Online Buying and Selling in Special Groups on Facebook Platform. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 93–99. <https://doi.org/10.15575/am.v9i2.19237>
- Muamar, J. (2022). Instagram Sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua Kepada Anak Selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 27–46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>
- Muslim. (2016). Jenis Penelitian Komunikasi. *Progam Ilmu Komunikasi, FISIB, Universitas Pakuan* 77, 1(10), 77–85.
- Nadhifah Kamilia, N., & Prihantoro, E. (2022). Netnography Study on @bibit.Id Instagram Account as a Digital Literature Fund Investment. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* -, 16(1), 65–74.
- Nur Azizah, A., Nursanti, S., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Singaperbangsa Karawang Abstrak, F. (2024). Self-Disclosure Pada Game Online Mobile Legends Dalam Komunikasi Interpersonal Untuk Mendapat Pasangan Virtual Penggunaanya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 130–139. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10464685>

- Pertiwi, I., Alamsyah, F. F., & Nugraha, Y. A. (2022). What Makes People Use Facebook for Buying and Selling Activity?: a Case Rumpin Subdistrict, Bogor Regency. ... *Journal of Education and ...*, 02(02), 65–70. <https://journal.kapin.org/index.php/IJES/article/view/79>
- Rani, D., Hasibuan, E. J., & Barus, R. K. I. (2020). Dampak Game Online Mobile Legends: Bang Bang terhadap Mahasiswa. *Perspektif*, 7(1), 6–12. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2520>
- Sanjaya, M. L. T., & Nasvian, M. F. (2024). Interaktivitas Netizen 24 Jam Pasca Deklarasi Bacapres AMIN. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 106–122. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.7169>
- Tantra Aprianto, pribadi M. (n.d.). *View of Peran Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Facebook (Studi Kasus Forum Jual Beli Game Online).pdf*.
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter. *Jurnal Komunikatif*, 10(1), 16–37. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188>
- Tjokro, Lauren Kurnia. 2016. Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial. Skripsi Universitas KristenSatyaWacana
- Tjokro, L. K. (2016). Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Akun @ ketimbang . ngemis . soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo). *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*, 2(1), 1–16.
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69. <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1034>
- Yumna, R., Sabila, A., & Fadhilah, A. (2020). Aktivitas Fanatisme Kpop Di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @Wingsforx1). *Syntax Idea*, 02(9), 108.