

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, E. & Soehadi, A. W. (2013). *Consumunity Marketing: Strategi Pemasaran Berbasis Komunitas*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.

Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. USA: SAGE.

DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. USA: Pearson.

Johnson, A. G. (2000). *The Blackwell Dictionary of Sociology: A User's Guide to Sociological Language*. UL: Blackwell.

Schwartz et. al (2011). *Handbook of Identity Theory and Research (Volume 1: Structures and Processes)*. USA: Springer.

Troike, M. S. (2003). *The Ethnography of Communication: An Introduction (3rd ed.)*. UL: Blackwell.

Wijaya, B. S. (2015). Midnight Culture: Ketika Kaum Muda Urban Memperlakukan Malam Sebagai Siang. Dalam Budiawan (ed). *Media [Baru], Tubuh dan Ruang Publik: Esei-Esei Kajian Budaya dan Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 165-200

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Wood, J. T. (2010). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Sixth Edition*. USA: Wadsworth.

Jurnal

- Carla R. (2011). Online consumer communities, collaborative learning and innovation. *Measuring Business Excellence*, Vol.15, No.3, hal. 46-62.
- Derek N. H. & John P. (2009), Building the Charity Brand Community. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol.21, hal. 24-55.
- Eka Ardianto (2008). Keragaman Identitas Dalam Komunitas Konsumen (Pengamatan Partisipatif melalui Fashion Marketing). *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.1, hal. 1-14.
- Gianluca M., Gabriele M., & Massimo B. (2013). Brand communities: loyal to the community or to the brand?. *Journal of Marketing*, Vol.47, No.1/2, hal. 93-114.
- Jillian F. & Jennifer R. (2006). Relationships and online consumer communities. *Business Process Management Journal*, Vol.12, No.2, hal.162-177.
- Lucky Z. (2008), Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Metode. *MediaTor*, Vol.9, hal. 181-188.
- Laurence D., Cleopatra V., & Anna M. (2015), Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective. *Journal of Product & Brand Management*, Vol.24, No.1, hal. 28-42.
- Octo J. A., Kismiyati E. K., & Pramono B. (2012), Hubungan Efektivitas Komunikasi Antarpribadi dalam Keluarga dengan Motivasi Belajar Anak di Sekolah. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol.1, hal. 1-15.
- Putri, D. M. (2012). Pembentukan Konsep Diri Anak Usia Dini di One Earth School Bali. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 2, No. 1, hal. 100-117

Sarah S., Kelli B, & Richard G., (2015), Knowledge sharing in online brand communities. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol.18, No.3, hal. 320-345.

Sari R. (2014), Penggunaan Komunikasi Fatis Dalam Pengelolaan Hubungan Di Tempat Kerja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.5, hal. 1-12.

Yati A. (2008), Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol.12, hal. 137-141.

Yulista, Y. (2012). Model Word-of-Mouth dalam Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 2, No. 1, hal. 63-83

Zachary J., Carolyn M., & Jeffrey A. (2013). Community identification increases consumer-to-consumer helping, but not always. *Journal of Consumer Marketing*, Vol.30, No.2, hal. 121-129.

Skripsi/ Tesis

Fitrulloh (2014). Peran Brand Community Pada Komunitas Pengguna Honda Nova Sonic Jakarta. Skripsi Sarjana pada Universitas Indonesia. Depok.

Maulida, S. (2014). Pola Komunikasi Komunitas Save Street Child Bandung (Studi Etnografi Komunikasi Tentang Pola Komunikasi Pengajar Dalam Menarik Minat Belajar Anak Jalanan Di Save Street Child Bandung). Skripsi Sarjana pada Telkom University. Bandung: Tidak Diterbitkan.

Pakpahan, L. M. (2014). Pengelolaan Kesan Reptilizer Community Bandung Dalam Acara Animal Festival Celebration (Studi Dramaturgi Mengenai Pengelolaan Kesan Oleh Reptilizer Community Bandung Dalam Acara Animal Festival Celebration). Skripsi Sarjana pada Universitas Komputer Indonesia. Bandung.

Utami, Annissa. (2014). Peran Buzzer Dalam Digital Endorsement (Studi Netnografi Terhadap Tren Penggunaan Buzzer Di Twitter). Skripsi Sarjana pada Universitas Bakrie, Jakarta: Tidak Diterbitkan.

Wijaya, B. S. (2009). Produksi Pesan Iklan Ambient Media dalam Konteks Komunikasi Berasa: Sebuah Studi Eksploratoris. Jakarta: Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Internet

Alqudsy. *Komunitas Pecinta Kucing (Cat Lover) Jogja*. Tersedia: <http://youthyakarta.com/komunitas-pecinta-kucing-cat-lover-jogja/>. [Diakses pada 13 April 2016].

Anas. *Pasar Itu Bernama Komunitas*. Tersedia: http://www.kompasiana.com/syaubananas/pasar-itu-bernama-komunitas-1_54f9443fa33311fc078b4a3e. [Diakses pada 20 Agustus 2016].

Anonim. *Kompaknya Gathering CatLovers Sidareja Cilacap*. Tersedia: <http://www.seputarkucing.com/artikel-kucing/kompaknya-gathering-catlovers-sidareja-cilacap.html>. [Diakses pada 13 April 2016].

Silalahi. *Edukasi Safety Riding, Yamaha Gandeng Komunitas YRC*. Tersedia: <http://mix.co.id/brand-communication/community/edukasi-safety-riding-yamaha-gandeng-komunitas-yrcc>. [Diakses pada 16 April 2016].

Silalahi. *Perkuat Word of Mouth, Buavita Gandeng Komunitas*. Tersedia: <http://mix.co.id/news-trend/perkuat-word-of-mouth-buavita-gandeng-komunitas>. [Diakses pada 16 April 2016].