

## DAFTAR PUSTAKA

- Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Andini, R. A. (2019). *Strategi Kreatif Produser Program Acara Bintang Cilik Aditya dalam Mempertahankan Konten Hiburan Anak*.
- Anggi Aldila Safitri, I. (2021). Migrasi Televisi ke *Youtube* sebagai Perkembangan Media Teknologi Komunikasi. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*.
- Astuti, R. D. (2018). Resepsi Film Hachiko Monogatari Sebagai Sarana Hiburan. *JANARU SAJA Volume 7 Nomor 2*.
- Azizah, H. (2020). Konten Kreatif *Youtube* sebagai Sumber penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro).
- Gumelar, G. (2018). Analisis Konten Kreatif *Youtube* Pijaru Periode Mei – Juni 2018 Berdasarkan Perspektif Teori Komoditas Adorno.
- Hendra Junawan, N. L. (2020). Eksistensi Media Sosial, *Youtube*, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 4 No. 1*.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). Persentase Pengguna *Youtube* Dalam Satu Bulan Terakhir. *94% Orang Indonesia Akses Youtube dalam Satu Bulan Terakhir*.
- Mufarriju, A. K. (2021). Konten Kreatif Berbasis Pendidikan Islam di *Youtube* Channel Shift Pemuda Hijrah.
- Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rahadiani Nugraha, I. R. (2020). Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Rizky, M. (2020). Analisis Konten Kreatif pada Channel *Youtube* Froyonion Untuk Mendapatkan Consumer Insight.
- Shera Aske Cecariyani, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten *Youtube* (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Prologia Vol. 2, No. 2*.
- Stevany Rory, D. A. (2014). Efektivitas Tayangan “Yuk Keep Smile” Di Trans Tv Terhadap pemenuhan Hiburan pemirsa Di Kelurahan Walian. *Journal “Acta Diurna” Volume III. No.2*.

- Andini, R. A. (2019). Strategi Kreatif Produser Program Acara Bintang Cilik Aditya dalam Mempertahankan Konten Hiburan Anak.
- Anggi Aldila Safitri, I. (2021). Migrasi Televisi ke *Youtube* sebagai Perkembangan Media Teknologi Komunikasi. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*.
- Astuti, R. D. (2018). Resepsi Film Hachiko Monogatari Sebagai Sarana Hiburan. *JANARU SAJA Volume 7 Nomor 2*.
- Azizah, H. (2020). Konten Kreatif *Youtube* Sebagai Sumberpenghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro).
- Gumelar, G. (2018). Analisis Konten Kreatif *Youtube* Pijaru Periode Mei – Juni 2018 Berdasarkan Perspektif Teori Komoditas Adorno.
- Hendra Junawan, N. L. (2020). Eksistensi Media Sosial, *Youtube*, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 4 No. 1*.
- I Gede Ketut Suntabisena Kasmirada, I. I. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Brand AUM Apparel. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Volume 7 Nomor 2*.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). Persentase Pengguna *Youtube* Dalam Satu Bulan Terakhir. *94% Orang Indonesia Akses Youtube dalam Satu Bulan Terakhir*.
- Mufarriju, A. K. (2021). Konten Kreatif Berbasis Pendidikan Islam di *Youtube* Channel Shift Pemuda Hijrah.
- Pramelani. (2018). Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye.
- Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rahadiani Nugraha, I. R. (2020). Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Rizky, M. (2020). Analisis Konten Kreatif pada Channel *Youtube* Froyonion Untuk Mendapatkan Consumer Insight.
- Shera Aske Cecariyani, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten *Youtube* (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Prologia Vol. 2, No. 2*.
- Stevany Rory, D. A. (2014). Efektivitas Tayangan “Yuk Keep Smile” di Trans Tv Terhadap pemenuhan Hiburan pemirsa Di Kelurahan Walian. *Journal “Acta Diurna” Volume III. No.2*.

Widuhung, S. M. (2022). Efek Komunikasi Webserieslayangan Putus Terhadap Persepsi Istri Mengenai Kesetiaan Suami. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.