

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadin, E. a. (2023). *Sosiologi Ruang Publik Perkotaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmojo, W. T., & Nugroho, C. (2021). Pembacaan Audiens Tentang Informasi Kota Solo (analisis resepsi followers akun instagram @agendasolo). *AUDIENCE READ ABOUT SOLO CITY INFORMATION (reception analysis of @agendasolo instagram account's followers)*.
- Ayun, P. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas.
- Barker, C. (2013). *Cultural Studies : Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 100-104.
- Briandana, R., Fasta, F., Mihardja, E., & Qasem, A. (2021). Exploring Self Identity: An Analysis of Audience Reception of Vlogs. *ASPIKOM*, 307.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deddy Mulyana, J. R. (2006). *Komunikasi Antar Budaya : Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendi, M. A. (2016). *The Power Of Good Corporate Governance Teori dan Implementasinya*. Salemba Empat.
- Endah, S. (2017, - -). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Tayangan Sinetron di Televisi. *Jurnal Komunikasi*, p. 75.

- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2-4.
- Fiske, J. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia, (. (2001). *Corporate Governance : Tata Kelola Perusahaan. Edisi Ketiga*. Jakarta: Citra Graha.
- Gratifikasi. (2022, September 20). Retrieved from djpj.kemenkeu.go.id: <https://djpj.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi/edukasi-gratifikasi/pengertian-gratifikasi.html>
- Hite, e. a. (2018). Measuring Perceived Anonymity: The Development of a Context Independent Instrument. *Journal of Methods and Measurement in The Social Sciences*, Vo.5, No.1, 22-39.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian : Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Khasali, R. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Maulana, A. (2018). Peran Anonimitas Dalam Perilaku Deindividualis. 14.
- McQuail, D. (2011). *Mcquail's Mass Communication Theory, 6th ed*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekama Media.

- Priyanto, H. (2023, Februari 28). Kasus Rafael Alun Trisambodo: Uang Rakyat dan Gaya Hidup Mewah Pejabat. *Kompas.com*, pp. -.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riana, T. (2023, Februari 26). Profil Rafael Alun Trisambodo, Pejabat Pajak yang Jadi Sorotan. *Kompas.com*, pp. -.
- Santoso, A. (2023, Februari 25). KPK Usut Harta Rafael Alun, Pejabat Pajak Ayah Mario Dandy. *detik.com*, pp. -.
- Santoso, A. (2023, Maret 1). Reaksi Netizen Terhadap Dugaan Kekayaan Tidak Wajar Rafael Alun. *detik.com*, pp. -.
- Sarintiya. (2020). Analisis Resepsi Tayangan Beauty Vlogger Pria Dalam Channel Youtube Andreas Lukita. *Jakarta : Universitas Satya Negara Indonesia*.
- Soemirat, S., & Elvinaro, A. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Storey, J. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Syam, R. I., & Maryani, A. (2019). Fenomena Pseudonim di Twitter: Studi Fenomenologi Konstruksi Identitas Cyber Account di Twitter. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 358-367.
- Waris, L. (2022). Keabsahan Data Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 176). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Widyanggari, E. N. (2021). Reception Analysis Of The Use Of Social Media For Decision Making On The New Normal Campaign (Youtube Video "Tips

To Prevent Corona By Doctor Reisa"). *Jurnal Komunikasi dan Budaya*,
Vol. 02, No. 02, 251-252.

Wirawan, I. W. (2023, - -). Media Sosial sebagai Alat Mobilisasi Opini Publik
dalam Kasus Korupsi. *Jurnal Komunikasi* , p. 105.

