

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Danah M & Ellison, B. Nicole. 2008. *Social Network Site: Definition, History and Scholarship*. Journal Of Computer Mediated Communication, International Communication Association.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hasan, Erlina. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrajit, Richardus. 2002. *Electronic Government*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Junaedi, Fajar dkk. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Aspikom
- Kamil, Ridwan. 2014. *#Tetot*. Bandung: Sygma Creative Media Corp.
- Kartono, Kartini. 2011. *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal itu?*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison, Andy Chorry Wardani dan Farid Hamid. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*.

Rakhmat, Jalaludin. 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Thoha, Miftah. 2001. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persana.

Skripsi:

Alamanda, R.Ghassani. 2013. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Club Softball Gorgeous* dalam Menarik Minat Pemain Muda". (Studi Kasus melalui Media Sosial *Facebook* dan *Twitter* pada Strategi Komunikasi Pemasaran *Club Softball Gorgeous* Bandung dalam Menarik Minat Pemain Muda). Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Nurwenda, Risdiana. 2013. "*Fenomena Komunikasi Religius Melalui Media Jejaring Sosial Facebook*". (Studi Kualitatif dengan Menggunakan Pendekatan Studi Kasus pada Fenomena Komunikasi Religius melalui Media Jejaring Sosial *Facebook*). Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Rico, Forza. 2014. "*Makna Emoticon dalam Media Sosial Path*". (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Semiotika C. S. Pierce terhadap Makna Emoticon dalam Media Sosial Path pada Diri Mahasiswa Fikom Universitas Islam Bandung 2010). Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Sumber lain:

<http://www.kominfo.go.id/>, dikutip tanggal 16 Maret 2015 pukul 20.30 WIB

<http://www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdf/injauan/IPEM4319/TINJAUAN.pdf>

dikutip tanggal 18 Maret 2015, pukul 22.15 WIB

<https://ardhana12.wordpress.com/2008/02/08/metode-penelitian-studi-kasus/>

dikutip tgl 10 February 2015, pukul 15.30 WIB

<http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> dikutip tgl 11 February 2015, pukul 21.15

WIB

<http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> dikutip tgl 11 February 2015, pukul 21.30

WIB

<http://media.kompasiana.com> dikutip tgl 10 February 2015, pukul 15.00 WIB

<http://chip.co.id> (dikutip tanggal 10 Januari 2016, pukul 22.10 WIB)

<https://bandungcreativecityforum.wordpress.com/about/> (dikutip tanggal 10

Januari 2016, pukul 23.30 WIB)