

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta : PT Pustaka Pelajar.
- D'jaman, Satori., Komariah, Aan. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta : Kencana.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta : Medpress.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Sobur, Alex. (2014). *Komunikasi Naratif: Paradigma, Analisis, Dan Aplikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Solis, Brian. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brand And Businesses To Build, Cultivate And Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sonc, Inc.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sujoko, Efferin. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

### Skripsi :

- Hadhi, Pribadi. (2013). *Analisis Struktur Narasi Labov Dan Waletzky Pada Kisah Korban Pesawat Lion Air Di Bali*. Diakses pada [academia.edu](http://academia.edu) (21 Maret 2016, pukul 16.17 WIB).
- Hadiyanto, Abdurrahman. (2015). *Hubungan Antara Penguasaan Diksi Dan Kebiasaan Membaca Teks Narasi Di Jejaring Sosial*. Diakses pada [eprints.uns.ac.id](http://eprints.uns.ac.id) (21 Maret 2016, pukul 12.22 WIB).

- Hanum, Dila Fadillah. (2014). *Pengaruh Iklan Online Naratif Tokobagus Versi “Cara Cepat Jual Tepat” Di Situs Youtube Terhadap Brand Awareness Pengguna Internet Di Jakarta*. Diakses pada [openlibrary.telkomuniversity.ac.id](http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id) (20 Maret 2016, pukul 19.21 WIB).
- Melissa. (2012). *Penggunaan Storytelling Dalam Proses Terjadinya Word Of Mouth Pada Kampanye Produk Indomie Versi “Cerita Indomie”*. Diakses pada [lib.ui.ac.id](http://lib.ui.ac.id) (20 Maret 2016, pukul 22.11 WIB).
- Tobing, Ranga L. (2015). *Struktur Narasi Wacana Olah Raga Sepak Bola Dengan Menggunakan Teknik Analisis Naratif Pada Media Massa Daring Di Indonesia*. Diakses pada [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) (20 Maret 2016, pukul 16.35 WIB).

#### **Jurnal Nasional :**

- Anggraini, C. D., Christin, M., & Putra, D.K.S. (2016). *Analisis Struktural Naratif Algirdas Greimas Pada Artikel Storytelling Project Sunlight PT. Unilever Indonesia Pada Bulan November 2014*. Diakses pada <http://www.repository.telkomuniversity.ac.id>. Diakses pada 19 Maret 2106, pukul 15.00 WIB.
- Kurniawan, Ari. (2016). *Interaktivitas Narasi Dalam Infografis Digital Pada Infografis Tempo.Co*. diakses pada <http://www.repository.maranatha.edu>. Diakses pada 20 Maret 2016, pukul 11.14 WIB.
- Octaviana. (2016). *Gambaran Branding Esgrim Hosue Semarang Melalui Media Sosial. The Messenger* . 7 (1). Diakses pada 19 Maret 2016, pukul 19.13 WIB.
- Rahmah, Yuliani. (2015). *Sanmai No Ofuda Dalam Perspektif Greimas*. Jurnal Izumi. 5 (1). Diakses pada 19 Juli 2016, pukul 01.00 WIB.
- Ratih, E.D., Ruhaliah., Widyastuti, T. (2014). *Analisis Unsur Intrinsik Fiksimini Bahasa Sunda Karangan Hadi AKS Dina Grup Facebook Fiksimini Bahasa Sunda*. Dangiang Sunda. 2 (1). Diakses pada 20 Maret 2016, pukul 08.00 WIB.
- Rustandi, Dudi. (2015). *Komunikasi Kepemimpinan Prabowo Subianto Pada Fanpage Facebook*. Jurnal Penelitian Komunikasi. 18 (1). Diakses pada 19 Maret 2016, pukul 21.45 WIB.

#### **Jurnal Internasional**

- Ching, R.K.H., Chen, P.T.J.S., Chen, H.Y. (2013). *Narrative Online Advertising: Identification And Its Effect On Attitude Toward A Product*. Emerald Insight. 23 (4), 414-438.

- Chou, WYS., Hunt, Y., Folkers, A., Augustson, E. (2011). *Cancer Survivorship In The Age Of Youtube And Social Media: A Narrative Analysis*. JMIR Publications, 13 (1).
- Pace, Stefano. (2008). *Youtube: An Opportunity For Consumer Narrative Analysis?* An International Journal. 11 (2), 213-226.
- Ruane, L, Wallace, E. (2013). *Generation Y Females Online: Insight From Brand Narratives*. An International Journal. 16 (3), 315-335.
- Stephen, J., Lerman, G.D.B. (1998). *“Postmodern” Versus “Long-Standing” Cultural Narratives In Consumer Behaviour: An Empirical Study Of Netgirl Online*. European Journal Of Marketing. 32 (7/8), 644-654.

### **Referensi Artikel Internet**

- <http://www.okezone.com> (Diakses pada 20 Maret 2016, pukul 19.21 WIB)
- <http://www.disparbud.jabarprov.go.id> (Diakses pada 20 Maret 2016, pukul 21.49 WIB)
- [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com) (Diakses pada 10 April 2016, pukul 14.20 WIB)
- <http://www.marketing.co.id/foodporn-populer-di-instagram> (Diakses pada 11 April 2016, pukul 12.35 WIB)