

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiguna, Jovi. (2019). *Uncommon Way* (Fenti. Novela, Editor.). Jakarta : Romancious
- A, S., Sugiharto, Z, & Maulana Rezi Ramadhana, S.Psi., M. P. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merk (Studi Pada Mahasiswa fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom) *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/1333/944>
- Asya Indah Putri (2017). Thread : Jovi Adhiguna
<https://forum.femaledaily.com/showthread.php?24892-Jovi-Adhiguna-Hunter> diakses tanggal : 26 april 2020
- Chalil, Komarrudin. (2017). *Sukses Menjadi Pembicara yang Menggugah dan Mengubah*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Evelina, Lidya Wati. (2018) *Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @billyzieparra)*. Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
<https://research.binus.ac.id/publication/B51BE26B-2588-4551-9B6F-B495214D5C62/penggunaan-digital-influencer-dalam-promosi-produk-studi-kasus-akun-instagram-bylizzieparra/> diakses tanggal 6 desember 2019
- Fachruddin, Andi. (2019). *Journalism Today*. Jakarta : kencana
- Fanissamaulyn. (2014). Sejarah dan Perkembangan Zalora.
<https://fanissamaulyn95.blogspot.com/2014/11/zalora.html?m=1>
di akses tanggal 14 januari 2020
- Kacamata Media Sosial. Pengertian Media Sosial : Pengertian Media Sosial
<https://sosmedkini.wordpress.com/pengertian-media-sosial/>
diakses tanggal 30 juni 2020
- Kumparan.com. (2017). Cerita Jovi Adhiguna tentang Label dan Rasa Optimismenya.
<https://www.google.co.id/amp/s/m.kumparan.com/amp/speakup-id/cerita-jovi-adhiguna-tentang-label-dan-rasa-optimismenya> diakses tanggal 25 januari 2020
- Maryanto, Rusmanto. (2017). *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*. Jakarta : Rusmanto Self Publishing.

- Michele, J. (2018). Pengertian Endorse.
<https://m.kumparan.com/sociabuzz-blog/pengertian-endorse-endorse-adalah> diakses tanggal : 26 januari 2020
- Mufid, Muhamad. (2012). Etika dan Filsafat Komunikasi (Edisi I). Jakarta: Prenada Media.
- Novi, Tri Harianti. (2018) Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). Surabaya : Institut Informatika Indonesia. Jurnal Eksekutif.
<https://repositoriy.ikado.ac.id/61/1/172-2-480-1-10-20180731.pdf>
- PakarKomunikasi.com. 13 Ciri-ciri Media Sosial dan Fungsinya.
<https://pakarkomunikasi.com/ciri-ciri-media-sosial> diakses tanggal 30 juni 2020
- Putra, Nirwansyah. (2016). *Karakteristik Komunikator Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi*. A Jurnal. Mekari
- Rohmiyati, Yuli. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *E Journal 2 Undip*, 2.
- Silalahi, Tomson Sabungan. (2019). *Pemuda Milenial*. Yogyakarta : Jejak Pubisher.
- Sukardani, Puspita Sari. (20019) Brand Communication melalui Influencer. *A Jurnal*.
- Sutejo, Bertha Silvia. (2006). Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. *Jurnal Managemen*, 6.
- Vindiyanasari, P. (2018). Media Baru dalam Studi Ilmu Komunikasi. *Eprints Umm*.
- Wahyuni, Hermin Indah. (2018). *Kebijakan Media Baru di Indonesia* Jogjakarta : UGM Press.
- Wikipedia. (2019). Instagram.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses tanggal 25 oktober 2019.
- Woop.id (2019). Interview Jovi Adhiguna : Bicara Soal Gender sampai Bullying.
<https://www.google.co.id/amp/s/woop.id/work/interview-jovi-adhiguna-jwzwmq/amp> diakses tanggal 13 januari 2020