

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Agarwal, Vaibhav. 2011. *Facebook Growth : Users Statistics and Usage Trends*. <http://www.vabsite.com/2011/06/facebook-users-growth-statistics-usage.html>. Diakses tanggal 06 Nopember 2011.
- Arni, Muhammad. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arwiedya, Mochamad Rizky. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Diponegoro Semarang.
- Brannan, Tom. 2001. *The Art Of Marketing: Integrated Marketing Communications Vol.6*. New Delhi: Crest Publishing House
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus. Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana. Jakarta
- Dalillah, Dyah. 2011. *Manfaat Media Sosial Bagi Humas*. Artikel Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dan Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Oreilly Media. USA.
- Dave Awl. 2011. *Facebook Me : A Guide to Socializing, Sharing and Promotion on Facebook*. Peachpit Press. USA.
- Effendy, Onong Uchjana, 2004. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Elley, Brandon dan Tilley, Shayne. 2009. *Online Marketing Inside Out*. Cambridge Stree. Sitepoint Pty, Ltd.
- Ellison, dan Steinfeld, 2007, *A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network, Proceedings of Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM Press. San Jose, CA.
- Hutchins, Brett dan Rowe, David. 2010. Reconfiguring Media Sport for the Online World: An Inquiry Into "Sports News and Digital Media". *International Journal of Communication*. Vol. 4 hal. 696–718
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep, Pendekatan Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kahn, Paul and Krzysztof Lenk. *Mapping Website*. Sheridan House United Kingdom, 2001.

- Keller, Kevin L. 2003. *Strategic brand management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotler, Phillip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta.
- Kriyantono, Rakhmat. 2008. *Teknik Prkatis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kurt Lang dan Gladys Engel Lang. 2009, *Mass Culture, and Mass Communication: The Meaning of Mass, Mass Society*. International Journal of Communication. Vol. 3.
- Luthfie, Nukman. 2008. *Bisnis.com: Krisis Dorong Pengiklan Lirik Internet*. <http://www.virtual.co.id/blog/online-advertising/bisniscom-krisis-dorong-pengiklan-lirik-internet/>. Diakses tanggal 20 Desember. 2010.
- Luthfie, Nukman. 2009. *Era Public Relation Online Via Website dan Blog / Social Media Marketing dan PR Web 2.0*. <http://www.ubb.ac.id/menulengkap.php?judul=EraPublicRelationOnlineViaWebsitedanBlogSocialMedia0MarketingdanPRWeb2.0>. Diakses tanggal 20 Desember. 2010.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Analisis Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pavlik, John. 2004. *Converging Media*. United States of America: Permissions Departemen.
- Santana, Septiawan K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Severin, WJ dan Tankard, JW. 2007. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Shedletsy, Leonard J, dan Aitken, Joan W, 2004. *Human Communication on The Internet*, USA : Pearson.
- Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. London.
- Soemirat, Soleh. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya
- Sutopo, HB. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS Press.

- Swasta, Basu dan Irawan, 1997. *Manajemen Pemasaran*, Modern Liberty, Yogyakarta.
- Wening W. 2010. *Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online "Cherioo Shop"*. Jurnal UPN Yogyakarta/Med.Iklan.10.
- Wiguna, AS. 2009. Analisis Terhadap Keefektifan Media Social Network (*Facebook*) Sebagai Media Iklan Online. [ttp://edwi.dosen.upnyk.ac.id/MED.IKLAN](http://edwi.dosen.upnyk.ac.id/MED.IKLAN). Akses Tanggal 20 Desember 2010.