

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Mudjahid Chudari, Kamus Lengkap BAHASA JAWA BANTEN, 2 & 4.
- Abdul Chaer, Linguistik Umum, (Jakarta: PT. Rineka Copta, 2014) hal.11.
- Prof.Dr.Achmad Hp, Dr, Alek Abdullah (2012), Linguistik Umum (Jakarta: Erlangga).
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7(4-5), 585-614.
- Buku panduan penulisan karya ilmiah (2019) karya krisna s. Yogiswari.
- Burhan Bungin (2007), Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya (Jakarta: Persada Media Group) hal.113.
- Emzir (2010), Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data, (Jakarta: Rajagrafindo Persada) hal.50.
- Fransisca Purnama dan Rico Huang (2015), Jago Jualan di Instagram, (Jakarta: PT.Alona Indonesia Raya) hal.4-15 & 82.
- M. Nisrina (2015), Bisnis Online, Manfaat Media sosial dalam Meraup Uang, (Yogyakarta: Kobis) hal. 137.
- Moleong, laxy (2006), Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung, Remaja Rosda Karya) hal.4.
- Nawawi, Hadari (2017), Metode Penelitian Bidang Sosial (Yogyakarta: Gajah Mada University Press) hal.67.
- Rosandy Ruslan (2010), Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi, Edisi 1 (Cet V: Jakarta Rajawali Persm) hal.221.
- Ruli Nasrullah (2017), Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi, (Bandung: Remaja Rosdakarya)

- Ruli Nasrullah (2017), *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya) hal.11 .
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif*, hal.125
- Suharismi, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, hal.10-112.
- Terence A, Shimp, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003) hal.460.

Journal

- Bagas Catur Pambudi, Puji Rianto, “Media Sosial dan Komodifikasi Sosial Anak Muda”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol, 8 No, 2.(2021). 122.
- Chen, W. (2017). Language choice on social media: A comparative study of Chinese- English bilinguals' language use on Facebook and Weibo. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 38(7), 635-650. DOI: 10.1080/01434632.2016.1230178.
- Desi Putri Lestari “analisis internet marketing butik online disurabaya melalui Instagram”, *Jurnal (online)*, Vol, 4, No, 2.
- Elen Inderasi, Rahmadani Linda Fadhillah, Pasiyah Tahe. *Variasi Bahasa Slang dalam Talkshow Hitam Putih Trans 7*, (LOA Jurnal: Ketata bahasaan dan Kesusastraan, 2020).
- Fitria Kusuma Ningrum, Maya May Syariah. “Of Commuication Science And Islamic dakwah” *Jurnal (online)*, Vol.11.No.2.
- Gafaranga, J. (2015). Code-switching and mixing in Rwandan online spaces. *Journal of Sociolinguistics*, 19(3), 367-389. DOI: 10.1111/josl.12133.
- Gevin Sepria Harly dan damayanti Octavia, Pengaruh Endorsement Fashion Blogger terhadap Minat Beli Merek Lokal pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus pada Fashion Blogger Evita Nuh), *Jurnal Manajemen Indonesia (Online)*, VOL. 14, No. 2, Agustus (2014), email: damavia@yao.co.id Diakses pada 24 September 2016.

<https://jurnal.abisatya.org/index.php/JAGADDHITA/article/view/40/33>

Luluk Ulasma, Siti Samhati, Variasi Bahasa dalam Acara Talkshow Mata Najwa Maret 2016 dan Implikasinya, (jurnal Kata: Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya, 2017) hal.3.

Ma'arif, M., Wahyu, W., & Fauzi, R. (2020). Sikap Berbahasa Remaja Kota dan Kabupaten Serang pada Bahasa Jawa Serang (JASENG) Terhadap Kebudayaan Indonesia. *Jurnal Membaca Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2).

Perera, K., & Kathalia, S. S. (2019). Communicative practices and identity construction on social media: A case study of Sri Lankan Facebook users. *Journal of Language and Social Psychology*, 38(3), 286-309. DOI: 10.1177/0261927X19853764.

Suardi, “Antara Media Sosial Dengan Komunikasi Politik”: diakses dari <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/2516/1596>. Pada tanggal 7 September 2017.

Taufiq Khoirurrohman, Muhammad Rohmad Abdan, Analisis Pemakaian Variasi Bahasa Slang pada Remaja Desa Kalinusu: kajian sosiolinguistik (jurnal SEMANTIKA Volume 1, No, 02, Februari 2020, pp. 1-11) hal.2

Vina Rahmania, “Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Online Shop Rethailthropy di Sosial Media Instagram”, *Jurnal e- Proceeding of Managemnnt (Online)*, Volume. II, Desember (2015). Diakses 17 Januari 2018.

Skripsi

Pratiwi Budi Utami “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsmen pada online shopee di Indonesia”, <https://repository.fisip-untirta.ac.id/843/>

Skripsi Yudhi Gumbiro Banjaransari, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Online page Down Cloth Maker”, (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008),1

Skripsi Dewi Rahmawati “Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrownieez)”, (Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006).

Tania, N. T. (2018). STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. DBL INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENONTON (STUDI KASUS PADA EVENT DBL COMPETITION DI SURABAYA) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945).

Internet

<http://m.okezone.com/read/2012/08/01/23/671682/ustad-seleb-risiko-brand-endorser> ditulis oleh Amalia E Maulana PH.D. (Brand Consultant & Ethnographer ETNOMARK Consulting) diakses tgl 2 april 2013

<https://www.gramedia.com>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id>

Id.m.wikipedia.org

Warasfram.wordpress.com

<https://www.merdeka.com>

Simon Kemp, “Datare Portal: Digital 2020: Indonesia”

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> (18 Februari 2020)

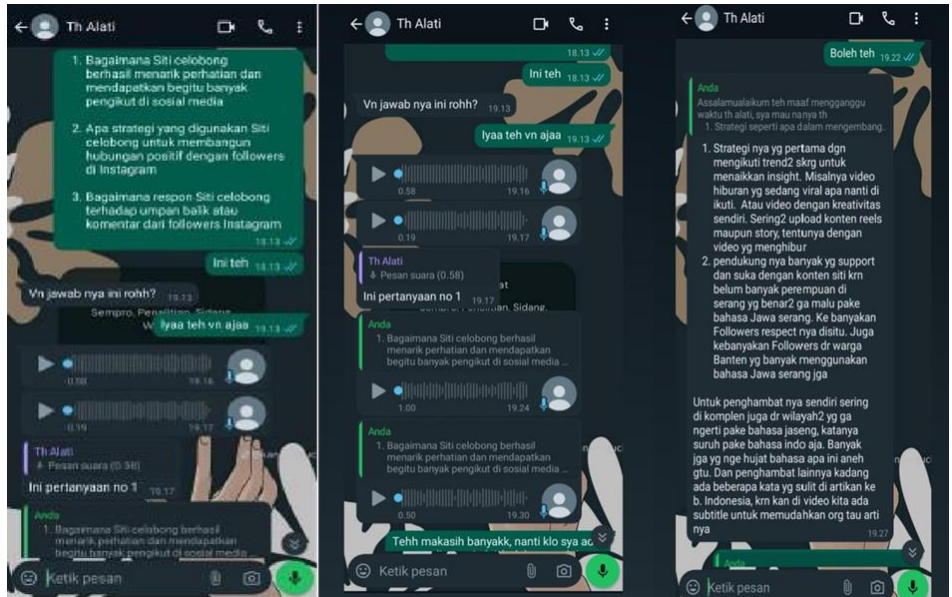
Wawancara

Hasil wawancara dengan siti_celobong pada tanggal 15 Desember 2023, melalui via wa

Hasil wawancara dengan siti_celobong pada tanggal 19 Desember 2023,
melalui via wa

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Chat bersama Siti Celobong Ketika Wawancara Via Wa



2. Dokumentasi Siti Celobong Bersama Para Followersnya

