

## DAFTAR PUSTAKA

- AnakKost. (2016, April 22). *Biodata dan Perjalanan Karir Edho Zell Youtuber*. Retrieved from anakkost.tv: Diakses pada 8 Juli 2021 di <https://www.anakkost.tv/biodata-dan-perjalanan-karir-edho-zell-youtuber/>
- Andriani, D. (2017). Kampanye Sosial Di Media Sosial (Studi Kasus Computer Mediated Communication Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com). *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 1-86.
- Angkawijaya, J. (2015). Perancangan Kampanye Sosial "Bijak, Bagi, Bungkus (BIBABU)". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(6).
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1): 91-96.
- Ardianto, E. (2016). *Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, L., & Berlian, I. (2020, Maret 4). *Jatuh Bangun Edho Zell, Pendiri Warteg Gratis Untuk Mahasiswa Perantau*. Retrieved from Viva.co.id: Diakses pada 26 Desember 2020 di <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/inspirasi-unik/1203305-jatuh-bangun-edho-zell-pendiri-warteg-gratis-untuk-mahasiswa-perantau>
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cendekiawan, A. B. (2015). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter Sebagai Media Promosi Kesehatan. *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 10-13.
- Coutts, L. &. (2005). Applying Social Psychology to Organizations. In F. W. Schneider, *Applied Social Psychology: Understanding and Addressing Social and Practical Problems*. Thousand Oaks: SAGE.
- Djalal, F., & Supriadi, D. (2001). *Reformasi Pendidikan Dalam Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Fitch, K. (2009). Making Friends in the Wild West: Singaporean Public Relations Practitioners Perceptions of Working in Social Media. *PRism*, 6(2): 1-14.
- Ghozali, I. (2007). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goble, F. G. (1992). *Mazhab Ketiga Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, & Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2): 146-155.
- Karja. (2019, September 26). *Sempat Harus Jual Diri, Edho Zell Berubah Menjadi Seperti Ini Sekarang*. Retrieved from Kumparan: Diakses pada 26 Desember 2020 di <https://kumparan.com/karjaid/sempat-harus-jual-diri-edho-zell-berubah-menjadi-seperti-ini-sekarang-1rwJt9tcbj5>
- Karnadi, K. N., & Esfandari, D. A. (2020). Efektivitas Akun Instagram @Zerowaste.id\_official Sebagai Media Kampanye Gerakan Pengurangan Sampah Plastik. *e-Proceeding of Management*, 7(2): 4367-4377.
- Kemp, S. (2020, Februari 18). *Data Reportal: Digital 2020 Indonesia*. Retrieved from Hotsuite (we are social): <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kurniawan, I. (2021, Juni 21). *Edho Zell Pamit dari Youtube, Video Pamungkasnya Trending*. Retrieved from tabloidbintang.com: Diakses pada 6 Juli 2021 di <https://www.tabloidbintang.com/berita/polah/read/160706/edho-zell-pamit-dari-youtube-video-pamungkasnya-trending#:~:text=Edho%20Zell%20salah%20satu%20pembuat,untuk%201agu%20%22Keong%20Racun%22>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liputan6.com. (2020, November 13). *Muda dan Inspiratif, Influencer Edho Zell Beli Lisensi Kemitraan Merek WowTeg*. Retrieved from Liputan6.com: Diakses pada 8 Juli 2021 di <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4406036/muda-dan-inspiratif-influencer-edho-zell-beli-lisensi-kemitraan-merek-wowteg#:~:text=Kali%20ini%20C%20dengan%20tekad%20untuk,yang%20obervariasi%20dengan%20harga%20terjangkau>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muazaroh, S. d. (2019). Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah). *Al-Mazahib*, 7(1): 22-24.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Jurnal UGM Buletin Psikologi*, 25(1): 36-44. doi:10.22146/buletinpsikologi.22759
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Jakarta: Kencana.

- Nawari. (2010). *Analisis Regresi Dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: Alex Media Computindo.
- Nisa, G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja dan Gender Differences Terhadap Pencarian Informasi Online dan Belanja Online. *SKRIPSI*, <http://repository.uinjkt.ac.id>, Diakses pada 23 November 2020 pukul 01.47.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nusantara, G. (2017). Gambaran Pemenuhan Kebutuhan Dasar Personal Hygiene Pada Anak Jalanan Di Kabupaten Banyumas. *Bachelor thesis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 11-15.
- Pangestu, A. D. (2018). Kualitas Pelayanan E-Ticketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi. *SKRIPSI, Universitas Islam 45 Bekasi*, 1-48.
- Puspita, R. C. (2012). Rancangan Program Kampanye Komunikasi Pemasaran Dengan Konsep AISAS Studi Kasus Prenagen Esensis. *TESIS, Universitas Indonesia*, 29-33.
- Riadi, S. O. (2017). Efektivitas Pesan Kampanye Pendewasaan Usia Perkawinan Terhadap Tingkat Preferensi Usia Perkawinan Di Kelurahan Tangkerang Barat Pekanbaru. *SKRIPSI THESIS, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 20-30.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rumanti, M. A. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*, 16(2): 1-7.
- Setya, D. (2019, Desember 29). *Bukan Cari Untung, Youtuber Ini Malah Buka Warteg Gratis*. Retrieved from detikFood: Diakses pada 27 Desember 2020 di <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4838489/bukan-cari-untung-youtuber-ini-malah-buka-warteg-gratis>
- Sufren, & Natanael, Y. (2013). *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: Alex Media Computindo.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*. New York City: McGraw Hill.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

- Tionardus, M. (2020, Maret 4). *Awal Rintis Warteg Gratis, Edho Zell Sering Diusir Petugas Keamanan*. Retrieved from Kompas.com: Diakses pada 10 Juli 2021 di <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/04/191311366/awal-rintis-warteg-gratis-edho-zell-sering-diusir-petugas-keamanan>
- Tionardus, M. (2020, Maret 3). *Hampir Setahun Jalankan Warteg Gratis, Edho Zell Buka Suara Asal Dananya*. Retrieved from Kompas.com: Diakses pada 26 Desember 2020 di <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/04/214457066/hampir-setahun-jalankan-warteg-gratis-edho-zell-buka-suara-asal-dananya>
- Tionardus, M. (2021, Juni 18). *2 Tahun Warteg Gratis Beroperasi, Edho Zell Sebut Tak Pernah Kekurangan Dana*. Retrieved from Kompas.com: Diakses pada 10 Juli 2021 di <https://www.kompas.com/hype/read/2021/06/18/213341066/2-tahun-warteg-gratis-beroperasi-edho-zell-sebut-tak-pernah-kekurangan-dana>
- Ulfa, G. S., & Fatchiya A. (2019). Efektivitas Instagram "Earth Hour Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1): 144-157.
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zell, E. (Director). (8 Agustus 2019). *Ngobrol Serius Warteg Gratis #4 [Video]* [Motion Picture]. Youtube. Retrieved Desember 26, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=pYggJPh29Yw>