

DAFTAR PUSTAKA

- A Hariyanto, A. p. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syariah). *Al-Hukmi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam. Jurnal Hukum Ekonomi*, 243-262.
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Research Gate*, 1-20.
- Entman, R. M. (1993). Framing Toward Clarification of A Fractured Parafigm. *Jurnal of Communication*, 41-53.
- Eriyanto. (2009). Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, Yogyakarta. *Komunikasi*.
- Gemiharto, I. (2015). Teknologi 4G-LTE dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia. *Kajian Komunikasi*, 212-220.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait di Media Online Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 1-10.
- Kemp, S. (2024, Januari 31). *Laporan*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Kemp, S. (2024, Januari Rabu). *Reoirts*. Retrieved from wearesocial: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Kindarto, A. (2008). Belajar Sendiri YouTube. In S. Community. Jakarta: PT Elex Media Komutindo.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: 1 Oliver's Yard.
- Nasrullah, R. (2017). BLOGGER DAN DIGITAL WORD OF MOUTH: GETOK TULAR DIGITAL ALA BLOGGER DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Sosioteknologi*, 1-16.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. United States of America: Lybrary of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Nidhi. (2025, Januari Rabu). *Statistika*. Retrieved from AFFMaven: <https://affmaven.com/id/youtube-statistics/>
- Nur Fadila Amin, S. G. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 15-31.
- Panggabean, A. D. (2024, Mei Jum'at). *Berita*. Retrieved from RRI: <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

- Riska Sagita, U. E. (2020). Klasifikasi Berita Clickbait Menggunakan K-Neares Neighbor (KNN). *Jurnal of Informations*, 230-239.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Widasari, E. (n.d.). *Perancangan Konten Kreatif 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif BEKRAF*. Universitas Dian Nuswantoro, 2017.
- Yamlean, Y. (2019). Journalism dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran Etika Jurnalistik dalam Praktik Clickbait pada Media Online .
- Yonathan, A. Z. (2024, Februari Minggu). *Statistik*. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>