

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. R. Sisilia and R. R. W. Giri, “Analisis Pemasaran Media Sosial Untuk Menentukan Influencer Dan Topik Pembicaraan (Studi Kasus: Go-Pay dan OVO),” *J. Mitra Manaj.*, vol. 4, no. 7, pp. 1036–1047, 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i7.422.
- [2] W. Wiridjati and R. R. Roesman, “Fenomena Penggunaan Media Sosial Dan Pengaruh Teman Sebaya Pada Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Manaj. dan Pemasar. Jasa*, vol. 11, no. 2, pp. 275–290, 2018, doi: 10.25105/jmpj.v11i2.2950.
- [3] Z. F. Nurhadi, “Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter,” *J. ASPIKOM*, vol. 3, no. 3, p. 539, 2017, doi: 10.24329/aspikom.v3i3.154.
- [4] B. Arianto and A. Risdwiyanto, “Kiprah Akun Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT,” *J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep.*, vol. 11, no. 1, p. 19, 2021, doi: 10.30588/jmp.v11i1.636.
- [5] T. Pradiani, “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2018, doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.
- [6] P. P. Adina Dwijayanti, “Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19,” *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 4, no. 2, pp. 68–73, 2021, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>.
- [7] B. Arianto, “Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta,” *J. UMKM Dewantara*, vol. 2, no. 1, pp. 27–46, 2019, [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/profile/Bambang\\_Arianto2/publication/33811](https://www.researchgate.net/profile/Bambang_Arianto2/publication/33811)

3639\_Buzzer\_Media\_Sosial\_dan\_Branding\_Produk\_UMKM\_Daerah\_Istimewa\_Yogyakarta/links/5dfff6de92851c836493b6ac/Buzzer-Media-Sosial-dan-Branding-Produk-UMKM-Daerah-Istimewa-Yogyakarta.pdf.

- [8] D. Pemilihan Buzzer, D. I. Twitter, B. Febriawan, and F. A. Herawati, “Fakun-Fakun Yang Berperan Pada Digital Agency Dalam Pemilihan Buzzer di Twitter,” pp. 1–19, [Online]. Available: [www.marketing.about.com](http://www.marketing.about.com).
- [9] R. L. Felicia, “Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter,” *Koneksi*, vol. 2, no. 2, pp. 352–359, 2018.
- [10] J. Eka Sembodo, E. Budi Setiawan, and Z. Abdurahman Baizal, “Data Crawling Otomatis pada Twitter,” *Ind. Symp. Comput.*, no. September, pp. 11–16, 2016, doi: 10.21108/indosc.2016.111.
- [11] F. A. Suharno and L. Listiyoko, “Aplikasi Berbasis Web dengan Metode Crawling sebagai Cara Pengumpulan Data untuk Mengambil Keputusan,” *Semin. Nas. Rekayasa Teknol. Inf.*, no. November, pp. 105–109, 2018.
- [12] P. Y. Saputra, “Implementasi Teknik Crawling untuk Pengumpulan Data dari Media Sosial Twitter,” *Din. Dotcom*, vol. 8, pp. 160–168, 2017.
- [13] M. Djufri, “Penerapan Teknik Web Scraping Untuk Penggalan Potensi Pajak (Studi Kasus Pada Online Market Place Tokopedia, Shopee Dan Bukalapak),” *J. BPPK Badan Pendidik. dan Pelatih. Keuang.*, vol. 13, no. 2, pp. 65–75, 2020, doi: 10.48108/jurnalbppk.v13i2.636.
- [14] L. Tomaso, A. Iriani, and I. Sembiring, “Ekstraksi Knowledge tentang Penyebaran #Ratnamiliki siapa pada Jejaring Sosial (Twitter) menggunakan Social Network Analysis (SNA),” *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 6, p. 677, 2019, doi: 10.25126/jtiik.2019661710.
- [15] A. Kartino, M. Khairul Anam, Rahmaddeni, and Junadhi, “Analisis Akun Twitter Berpengaruh terkait Covid-19 menggunakan Social Network Analysis,” *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 5, no. 4,

pp. 697–704, 2021, doi: 10.29207/resti.v5i4.3160.

- [16] Maksim Tsvetovat and Alexander Kouznetsov, Ed., *Social Network Analysis for Startups.pdf*. O'Reilly.
- [17] S. R. Utami, R. N. Safitri, and Y. A. Kuncoroyakti, “Analisis Jaringan dan Akun # BatalkanOmnibusLaw di Media Sosial Twitter Menggunakan Social Network Analysis (SNA).,” *J. Media Commun. Sci.*, vol. 4, no. 3, pp. 135–148, 2021.
- [18] S. Velamparambil, S. Mackinnon-Cormier, J. Perry, R. Lemos, M. Okoniewski, and J. Leon, “Implementasi Metode K-Medoids Clustering Untuk Pengelompokan Data Potensi Kebakaran Hutan/Lahan Berdasarkan Persebaran Titik Panas (Hotspot),” *Proc. 38th Eur. Microw. Conf. EuMC 2008*, vol. 1, no. 9, pp. 1312–1314, 2008, doi: 10.1109/EUMC.2008.4751704.
- [19] M. Nishom, “Perbandingan Akurasi Euclidean Distance, Minkowski Distance, dan Manhattan Distance pada Algoritma K-Means Clustering berbasis Chi-Square,” *J. Inform. J. Pengemb. IT*, vol. 4, no. 1, pp. 20–24, 2019, doi: 10.30591/jpit.v4i1.1253.
- [20] N. Chamidah, . W., and U. Salamah, “Pengaruh Normalisasi Data pada Jaringan Syaraf Tiruan Backpropagasi Gradient Descent Adaptive Gain (BPGDAG) untuk Klasifikasi,” *J. Teknol. Inf. ITSmart*, vol. 1, no. 1, p. 28, 2016, doi: 10.20961/its.v1i1.582.