

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. F. (2021). TikTok Dan Mahasiswa. *jurnalkommas*, 20.
- A'la, A. (2022). Analisis Komentar Netizen Melalui Akun Instagram @DagelanMusik Terhadap Konten Televisi Indonesia. *ar-raniry.ac.id*, 167.
- Amalia, A. C. (2020, April). Teori Agenda Setting Dan Framming Dalam Media Relations. *binus.ac.id*, 1.
- Asra, A., & Prasetyo, A. (2015). *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayustina, L. K., & Dharmawan, A. (2021). Peran Aktivasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Eksistensi PT PAL Indonesia (PERSERO). *Commercium*, 120-131.
- Darmanah, G. (2020). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7, 83.
- Dr. Dra. Erni Murniarti, M. (2019). *KOMUNIKATOR, PESAN, MEDIA/SALURAN, KOMUNIKAN, EFEK/HASIL, DAN UMPAN BALIK*. UKI.
- Hoerunnisa, L., Muchtar, K., & Suryana, C. (2020, Juni). KREDIBILITAS MEDIA ONLINE DALAM PANDANGAN MAHASISWA. *Ilmu Komunikasi*, 5 No.2, 122-136.
- Hoerunnisa, L., Muchtar, K., & Suryana, C. (t.thn.). Kredibilitas Media Online Dalam Pandangan Mahasiswa. *Communiverse*.
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini. *Studi Komunikasi dan Media*, 103-121.
- Kuen, M. M., & Andinasari, K. F. (t.thn.). Efektivitas Komunikasi Sebagai Katalisator Berkembangnya Post Truth Cerdaskan Milenial Bermedia Sosial Di Kota Makassar. *Kareba*.
- Mayendra, D. (2013). Teori Kredibilitas Media. *Digital Marketing Specialist*.

- Mayestika, M., & Adhinasari, F. (2020). Efektivitas Komunikasi Sebagai Katalisator Berkembangnya Post Truth Cerdaskan Milenial Bermedia Sosial Di Kota Makassar. *Kareba*, 9, 21.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Media Ghalia Indonesia.
- Nurmawati, F. (2014). Pengaruh Penggunaan Multimedia Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa Dalam Proses Pembelajaran PKN. *perpustakaan.upi.edu*, 15.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *UMA*.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0. *IPTEK-KOM*, 175-191.
- Valiant, V. (2021). Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @iben\_ma). *Fikom UPI Y.A.I*, 21.
- Valiant, V. (2021). Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @iben\_ma). *UPI*.