DAFTAR PUSTAKA

Buku

Agustini, Grashinta, A., Putra, dkk. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Teori & Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif) (Issue May 2024). Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara: PT. Mifandi Mandiri Digital.

Anam, H. K., Thalib, L. H., Aprilia, H., dkk (2022). Komunikasi Antarpribadi (1st ed.). Kota banjarmasin, Kalimantan Selatan: CV. Ahbab Pustaka.

Bonaraja Purba, S. G., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Widiastuti, D. R. Y. A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Yusmanizar, S. P., & Giswandhani, M. (2020). Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=YkwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=eDsIrVdb0d&sig=g_TLZYYGmxykb7xJjfivS7jiAn8

Cialdini, R. B. (1984). *Influence: The Psychology Of Persuasion*. HarperCollins e-books. https://doi.org/10.1021/jf970693b

Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). Pengantar Metodologi Penelitian (1st ed.). Kabupaten Sleman, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2020). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (4th ed.). Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Gruning, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. In *Entertainment Management: Towards Best Practice*. Canada: Simultaneouesly. https://doi.org/10.2307/j.ctv5jxpgx.10

Haryono, C. G. (2020). Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi. Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychologi-cal Studies of Opinion Change* (pp. 355–357). Amerika Serikat: Yale University Press.

Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). Buku Panduan Marketplace (1st ed.). Global Aksara Pres. https://doi.org/10.1109/MIC.2002.1003125

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The Commitment-Trust Theory of*

Relationship Marketing. https://doi.org/10.2307/1252308

Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, D. E. F., Nurdyansyah, D., & Untari, D. R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). UMSIDA Press. https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7

Nasrullah, R. (2015). Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Prof. Deddy Mulyana, M.A., P. d. (2013). Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Puji Rianto, SIP., M. (2021). Modul Metode Penelitian Kualitatif (1st ed.). Sleman, Yogyakarta: Komunikasi UII.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The elaboration likelihood model of persuasion. In Advances in Experimental Social Psychology*. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2

Rafaeli, S. (1988). *Interactivity: From New Media to Communication*. California, Amerika Serikat: SAGE Publications, inc.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Snow, D., & Benford, R. (1992). *Master Frames and Cycles of Protest. In Frontiers in Social Movement Theory* (Issue April). https://doi.org/10.2307/2074413

Jurnal

Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 135–148. https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504

Affrendha, R. L., & Lestari, W. D. (2024). Pengaruh *Review* Content Creator, Brand Ambassador, dan Customer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktokshop Dengan Citra Merk Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(2), 5426–5440.

Aresti, N. G., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2023). Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja. *Jurnal Interaksi Online*, *11*(3), 272–284. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/39961

Ariani, W., Hairunnisa, & Dristiana, K. (2019). Komunikasi *Persuasif* Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Lembaga Penyiaran Publik Tvri Kaltim Versi Go Green. *Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 167–178. https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/Jurnal Widia Ariani 2 (02-01-19-02-25-25).pdf

Arianto, A., Alfikri, M., & Muary, R. (2022). Komunikasi *Persuasif* Dalam Mengkampanyekan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Dinas Kesehatan Pasaman Barat. *SIBATIK JOURNAL:* Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, *1*(11), 2595–2604. https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.403

Arisetiana, E., T Simamora, P. R., & Perwirawati, E. (2023). Peranan Komunikasi *Persuasif* Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. *JURNAL SOCIAL OPINION:* Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, *8*(1), 1–10. https://doi.org/10.46930/socialopinion.v8i1.3136

Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, *6*(2), 304–311. https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15499

Bonaraja Purba, S. G., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Widiastuti, D. R. Y. A., Qayyim, I., Djalil, N. A., Yusmanizar, S. P., & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar* (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=YkwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=eDsIrVdb0d&sig=g_TLZYYGmxykb7xJjfivS7jiAn8

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (n.d.). *Organizational Information Requiremnts Media Richness and Structual Design*. *Management Science*, *32*(5), 554–571.

Deni Apriadia, & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis *Marketplace* Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi. *Jurnal Resti*, *1*(2), 131–136.

Gruning, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. In *Entertainment Management: Towards Best Practice*. Simultaneouesly. https://doi.org/10.2307/j.ctv5jxpgx.10

Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rumyeni. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service And Governance Journal*, *4*(I), 1–19.

Hamandia, M. R., & Razzaq, A. (2019). Strategi Komunikasi *Persuasif* dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, *3*(2), 175–187. http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKPI/article/view/4829

Harahap, S. R. (2021). Hambatan – Hambatan Komunikasi. *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, *1*(1), 56–62.

Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, *8*(1), 21. https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163

Hermawan, D. (2018). Content creator dalam kacamata industri kreatif: Peran personal branding dalam media sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, *1*, 1–12. https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7824

Hidayanti, N., Futuchatul Hidayah, S., Al -Hakim, I., & Khairum Nisa, F. (2022). Pengaruh Tiktokshop Sebagai Media Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Mozaik Komunikasi*, *3*(2), 36–43.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychologi-cal Studies of Opinion Change* (pp. 355–357). Yale University Press.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). *The influence of source credibility on communication effectiveness*. *Public Opinion Quarterly*, *15*(4), 635–650. https://doi.org/10.1086/266350

Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace* (1st ed.). Global Aksara Pres. https://doi.org/10.1109/MIC.2002.1003125

Larasati, N. P. A. (2021). *Gender Inequality in Indonesia: Facts and Legal Analysis*. *Law Research Review Quarterly*, *7*(4), 445–458. https://doi.org/10.15294/lrrq.v7i4.48170

Maya, A. W. (2023). Komunikasi *Persuasif* Dalam Pembentukan Sikap Mental Dan Karakter (Studi pada Pelatih Pendidik Tamtama TNI AD KODAM II SWJ Palembang). *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, *02*(2), 28–35. http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, *12*.

Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi *Persuasif* Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium:Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, *9*(1), 58–80. https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443

Mulyono, F. (2021). Dampak Media Sosial bagi Remaja. *Jurnal Simki Economic*, *4*(1), 57–65. https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.66

Nalya Puspa Harlisa, & Mirna Nur Aliya Abdullah. (2024). Pengaruh Tren Menjadi Content Creator Terhadap Angkatan Kerja Generasi Z. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara*, *3*(1), 14–19. https://doi.org/10.55123/sabana.v3i1.3297

Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, D. E. F., Nurdyansyah, D., & Untari, D. R. S. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. UMSIDA Press. https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, *8*(2), 177–1828. http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/

NurSekti, M., Maolan, M., Noviana, D., & Fauziah, P. (2024). *Improving Marketing Skills Through Marketplace Platform Training for the Sunday Pahing Women's Group of Wotawati Village, Gunungkidul, Yogyakarta*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, *10*(2), 86. https://doi.org/10.22146/jpkm.87784

Pardianti, M. S., & Velantin Valiant. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *27*(2), 187–210. https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986a). The elaboration likelihood model of persuasion. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 19, Issue 1). https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986b). *The elaboration likelihood model of persuasion*. In *Advances in Experimental Social Psychology*. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2

Rafaeli, S. (1988). *Interactivity: From New Media to Communication*. SAGE Publications, inc.

Resmadi, I., Bastari, R. P., & Prahara, G. A. (2020). Analisis Strategi Media

Komunikasi Visual Label Rekaman Independen Di Era Digital: Studi Kasus Strategi Komunikasi Dari Sun Eater Records. *Demandia*, *05*(02), 212–232. https://doi.org/10.25124/demandia.v%vi%i.1283

Sietohan, K. K., & Liliani. (2018). Evaluasi Komunikasi Kelompok Pada Anggota Dapur Pandhawa. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *2*(6), 752–761.

Silvia, M., Effendi, D. R., & Sukmayadi. (2019). Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun Instagram @pejuang.mahar). *Jurnal Komunikasi*, *December*. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30224.76804

Soemirat, S., & Suryana, A. (2014). Komunikasi *Persuasif*. In *Komunikasi Persuasif* (pp. 1–41). Universitas Terbuka. http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326M1.pdf%0Ahttp://www.pustaka.ut.ac.id/lib/2016/08/08/skom4326-komunikasi-*Persuasif*/#tab-id-3

Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, *4*(2), 1–6. https://www.youthmanual.com/profesi/media-dan-

Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, *1*(1), 53–61. http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim

Sustiyo Wandi, Nurharsono, T., & Raharjo, A. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*, *2*(8), 524–535.

Vadincha, A. L. (2024). Hubungan antara Self Control Dengan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Penggunaan Media Sosial Tiktok. *Liberosis: Jurnal* Psikologi Dan Bimbingan Konseling, *2*(3), 1–27.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, *3*(1), 69–75. https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270

We Are Sosial. (2023). *Digital 2023 Indonesia*. https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/

We Are Sosial. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/

Wiwin Octavia Isroissholikhah. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam

Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIIK JOURNAL:* Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, *2*(1), 121–128. https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507

Yustiani, R., Yunanto, R., Studi Manajemen, P., & Studi Komputerisasi Akuntansi, P. (2017). Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. Ilmiah Komputer Dan, *6*(2).