DAFTAR PUSTAKA

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif.* Rajagrafindo.

Ahmadi, R. (2014a). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-riz Media.

Ahmadi, R. (2014b). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* (Edisi 1). Ar-Ruzz Media.

Alex. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi.* Simbiosa Rekatama Media.

Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitria Ningsi, S., Hana Diana Maria, Iwan Adhicandra, Rini Nuraini, A. B., Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, G. P. Y., & Murti, S. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July). Lakeish.

Arifin, A. (1982). *Strategi komunikasi sebuah pengantar ringkas*. Armico. https://books.google.co.id/books?id=atTWPgAACAAJ

Arifin, A. (2013). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Armico.

Bahri, A., Damayanti, C. M., Sirait, Y. H., Alfarisy, F., & Diponegoro, U. (2022). Jurnal Indonesia Sosial Sains. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, *3*(1), 120–130.

Berelson, B. dan Steiner, G. A. (1964). *Perilaku Manusia, Inventarisasi Temuan Ilmiah.* New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Cahyono, A. S. (2016). *Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. *9*(1), 140–157.

Dedy Mulyana. (2008). *Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas Budaya,* (3rd ed.). PT. Remaja Rosdyakarya,.

Effendy, O. U. (1997). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (1st ed.). Remaja Rosdakarya,.

Fahmi, I. (2012). *Fahmi, Irham. "Manajemen: Teori, Kasus, dan Solusi",*. Alfabeta,.

Hardjana, A. (2016). *Komunikasi Intrapesonal dan Interpersonal.*

Hasbullah, S. N. S. A. R., Setiawan, A. A. M., Rais, M. A. R. P., Dermawan, M. C. R. F. Z. R., & Kamil, M. F. S. W. R. S. Q. H. (2018). Ragam Metode Penelitian. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1).

Hermawan, D., Ab, S., & Si, M. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif : Peran Personal Branding dalam Media Sosial*. *1*, 4.

Izzati, F., Firamadhina, R., & Krisnani, H. (2016). *PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK : TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme*. *0042*, 199–208.

Khlaif, Z. N. (2021). Using TikTok in Education : A Form of Micro-learning or. *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences*, *12*(3), 213–218. https://doi.org/10.30476/it

Khrisna, A. S., Razandi, M. A., Maulana, M. A. A., & Sudiwijaya, E. (2023). Manajemen Produksi Konten TikTok @Ipantat12 dalam Endorse Produk. *Jurnal Audiens, 4*((2)), 264–277. https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.26

Kusumastuti, A. dan A. M. K. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Lasswell, Harold. Bryson, L. (ed.). (1948). *The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies. p.*

Madhusree. (2024). *Social Media is the new trend in today's time and age. Social media has become an integral part of everyone and is basically considered this generation's language. Again what is to be noted, is that social media is not only limited to the millennials but* . https://iimskills.com/objectives-of-social-media-its-importance-and-purposes/

Mantovani, M. F. (2020). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Taman Safari Prigen Pada Baobab Safari Resort (Unit Bisnis PT Taman Safari Indonesia)*. http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/2638

McQuail. (2010). *Mass Communication Theory.* Sage Publications.

McQuail. (2017). *McQuail ' s Mass Communication Theory*.

Moleong j, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya.

Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *5*(1), 2022. http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). *Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen*. *1*.

Pardianti, M. S., V. V. (2022). *Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media*. *XXVII*(2), 187–210.

Pohan, U. F. (2021). *Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui TikTok @ dr. ziee SEBAGAI KONTEN EDUKASI SKINCARE DALAM MEMBENTUK ...*. https://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/5281

Pranowo, D. A. P., Sugandi, & Boer, K. M. (2023). Strategi Komunikasi Hetifah Sjaifudian Dalam Membentuk Personal Branding Milenial Melalui Akun Instagram @Hetifah. *Journal Ilmu Komunikasi*, *11*(3), 78–92.

Prosenjit Ghosh and Anwesan Ghosh. (2021). *An Unusual Case Of Video App Addiction Presenting As An Unusual Case Of Video App Addiction Presenting As Prosenjit Ghosh * and Anwesan Ghosh*. *January*. https://doi.org/10.24327/IJRSR

Rizky, T. F., & Putri, W. Y. (2023). Strategi komunikasi Content Creator @ijoeel

Dalam Menampilkan Citra Kota Jakarta Melalui Akun Media Sosial Instagram. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, *V*(1), 74.

Safitri, S. N. (2024). *Penggunaan Media Sebagai Sumber Informasi Pemilu Pilpres Dan Pileg 2024 Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri Di Palangka Raya The Use of Media as a Source of Information of Presidential and Legislative Elections in 2024 among Students o*. *January 2023*.

Sarah, E. (2024). Impact of Instagram Influceners Flexing Content on Gen Z's Consumer Behaviour in Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(3), 967–980. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10582

Slice. (2024). *[Edisi 2024] Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia*. PT. Sarana Kreator Teknologi All Rights Reserved. https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024

Snyder, L. G., & Snyder, M. J. (2008). Teaching Critical Thinking and ProblemSolvingSkills. *Delta Pi Epsilon Journal,* 50,90-99.

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatitf*. Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

TikTok. (2024). (n.d.). *TikTokXTokopedia Ciptakan Keseruan dan Raup Cuan: Solusi e-commerce terintegrasi di dalam TikTok.* From Shop.Tiktok.Com. website: https://shop.tiktok.com/business/id

Utami, M. P. (2022). *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. 1–19.

Vardhani, N. K., Siwi, A., & Tyas, P. (2018). *Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa*. *2*(1), 9–16.