

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. S., Agustina, Y., Sari, M. R., Ardiana, D. P. Y., Hartini, Maknunsah, L. ul, Moridu, I., Satmoko, N. D., Erwina, Pangarso, A., Saputra, A. H., Ramaditya, M., & Butarbutar, M. (2020). Pengantar Manajemen Publik dan Bisnis. In *Penerbit Winina* (Vol. 1, Issue 1).
- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern* (1st ed.). Bening Media Publishing.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 17–23.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches)*. SAGE Publications.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Dwi, T., & Radjaguguk, D. L. (2022). Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton Di Era Digital. *Journal Of Social Science, Humanitis And Humaniora ADPERTISI*, 2(1), 16–28. <http://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JSSHHA/submissions>
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media TikTok sebagai Media Promosi Ditinjau dari Perpektif Buying Behaviors. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 112–120.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. FKIP UHAMKA.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 74–79.
- Hakim, A. K. A. (2023). Tiktok & Law of Personal Branding for Product Marketing (Study on @Farhanbassel Tiktok Account). *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 3(3), 661–677.

- Harahap, H. (2019). Pengaruh Alienasi Terhadap Penggunaan Media Sosial. *Pengaruh Alienasi Terhadap Penggunaan Media Sosial Jurnal Komunikologi*, 16(2), 78–87. <https://tekno.kompas.com>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). Wal Ashri Publishing.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Harliantara. (2018). Conventional Media of Communication Broadcast Integration and the Internet To Private Broadcast Radio. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(1), 36–51. <https://doi.org/10.33884/commed.v3i1.606>
- Hasanah, H. (2017). Teknik Observasi. *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Iryana, & Kawasati, R. (2012). *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*.
- Islam, A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.
- Jailani, M. S. (2020). Membangun Kepercayaan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Primary Education Journal (Pej)*, 4(2), 19–23.
- Mubarok, & Anjani, M. D. (2014). *Komunikasi Antarpribadi dalam Masyarakat Majemuk* (S. Dradjat (ed.)). Dapur Buku. <https://doi.org/10.1002/ajh.2830350409>
- Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Hospitality*, 11(1), 1–6. <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Noris, S., Ardhiyanah, M., & Octaviano, A. (2020). *Komunikasi Data* (Issue 1). UNPAM Press.
- Novita, D., & Yuliani, N. (2020). *Tiktok Ads, Digital Marketing Baru Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Value Merek Dagang (Studi kasus : Ramadan 2020)*. 6(9), 20–29.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media

- Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin ). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3504>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Putri, S. (2021). *Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM dalam Menarik Minat Pendengar*.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif [Qualitative Data Analysis]. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Rustam, M. (2015). Aktifitas Komunikasi dan Informasi melalui Internet. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(1), 81–92.
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue Januari). Citapustaka Media.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Network Media*, 2(2), 1–27.
- Sulistyarini, D., & Zainal, A. G. (2020). *Buku Ajar Retorika* (Vol. 51, Issue 1). CV. AA. Rizky.
- Susilo, B. (2019). Dampak Positif Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Tumbuh Kembang Anak. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 139–143.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan*

Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. *UTM PRESS Bangkalan - Madura*, 119.

Wakarmamu, T. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). Eureka Media Aksara.

Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 06(1A), 88–108.