

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S., & Irwansyah. (2020). Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram). *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, 208.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *PROLOGIA*.
- Aulia, V., Tayo, Y., & Nayiroh, L. (2022). Pengaruh Konten Video TikTok @aulion terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa. *Media Bina Ilmiah*.
- BILGIN, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: an International Journal*.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Depok: Prenadamedia Group.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book 14th edition*. England: Pearson Education Limited.
- Dewirahmadanirwati. (2019). Peranan Komunikasi Interpersonal di Lingkungan Keluarga dalam Membentuk Pola Komunikasi Anak dengan Lingkungan Sosialnya. *JIPS (Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic)*, 32.
- Effendy, O. U. (2000). *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fanesa, F. A., & Loisa, R. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sikap Mencegah Penyebaran Penyakit Menular (Studi pada Instagram @pandemictalks). *KONEKSI*.
- Gunawan, A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan. *Jurnal Pari*, 50.
- Hair, Jr. et al, J. F. (2010). *Multivariate data analysis : a global perspective*. Boston: Pearson.
- Haliza, S. N., Septiani, P. A., & Wahyueningsih. (2022). The Influence of Rensia Sanvira TikTok Accounts for Parents Informing Character Strengthening of Children Aged 2 to 6 Years Old. *Educational Journal: General and Spesific Research*.

- Jaya, I. ". (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif teori, penerapan, dan riset nyata*. Quadrant.
- Kerpen, D. (2019). *Likeable Social Media*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework for Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Kusumastuti, F., & Ningtyas, N. D. (2022). Followers Res;onse to Parenting Expert Account on Social Media. *International Conference on Communication Science*.
- Lubis, Z. H., & Nurwati, R. N. (2020). Pengaruh Pernikahan Usia Dini terhadap Pola Asuh Orang tua. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat)*, 6.
- Marston, J. E. (1979). *Modern Public Relations*. New York: McGraw-Hill International Book Company.
- Nandagiri, V. (2018). The Impact of Influencers from Instagram and YouTube on their Followers. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education*.
- Ngalimun. (2020). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Public Relations di Era Digital. (2020). *Jurnal Ilmu Komunikasi: ULTIMACOMM*.
- Riyanto. (2017). Efektivitas Media Internet terhadap Kepuasan Khalayak Media. *INTER KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi*, 64.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Saskara, I. A., & Ulio. (2020). Peran Komunikasi Keluarga dalam Mengatasi "Toxic Parents" Bagi Kesehatan Mental Anak. *Pratama Widya: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*.
- Shen, Z. (2021). A Persuasive eWOM Model for Increasing Consumer Engagement on Social Media: Evidence from Irish Fashion Micro-influencers. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Solis, B. (2011). *Engage!: The Complete Guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. Hoboken: Wiley.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Tyas, A., & Hutagaol, O. (2021). The Effect of Social Media Content on Buying Decision of HijUp.com. *Journal of Communication and Public Relations*.
- Uzunoglu, Ebru & Misci Kip, & Sema. (2014). Brand Communication through Digital Influencers: Leveraging Blogger Engagement. *Elsevier*.
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial. *KONEKSI*.