

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nur.A, Rusnali. (2021) Pengaruh User Generated Content (UGC) Tiktok dalam dunia kesehatan, Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 2021
- Algasmı Deka M (2020) strategi komunikasi persuasif media instagram fuadbakh dalam menanamkan nilai-nilai islam terhadap followers nya
- Alifah, Lira. (2020) Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Bolter, J. David; Grusin, Richard. (2000) Remediation: Understanding new media. MIT Press.
- Bustomi, Aripin. (2016) Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang).
- Cangra, Hafied. (2014) Pengantar ilmu komunikasi, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Chen, Yan; Yu, Tian. (2020) *"Live Streaming for Political Campaigns: Persuasive Affordances, Political Mindfulness, and Political Participation"*. AMCIS 2020 Proceedings.
- Cruz, Daniel. (2021) How to Create a UGC Strategy on TikTok.
- Deng, Wenqi. (2022) *A pragmatic study of persuasion strategies in Chinese E-Commerce Live Streaming Sales Discourse*.
- Editorial Team. (2021) Understanding Community Commerce.
- Effendy, Onong Uchjana. (2011) Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fairus. (2020) Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem dan Prosedur Penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja pada PT Pancaran Samudera Transport, Jakarta.
- Feroza Cindie Sya'bania, Misnawati Desy. (2020) Penggunaan media sosial Instagram pada akun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan.
- Grace, Maura; Chilingaryan, Marina. (2022) *The Complete Brand Guide to TikTok User-Generated Content (UGC), Strategies, and Examples*.
- Gupta, Aakash. (2022) <https://www.aakashg.com/2022/05/23/tiktok/>
- Hennig-Thurau, T. G.; Walsh, G. (2003) *Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet, International Journal of Electronic Commerce*.

Ibid.,h. 24.

Ibid., h. 25.

Ibid., h. 26.

Jandy, Luik, PhD. (2020) Media baru sebuah pengantar.

Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael. (2010) *Social Media: Back To The Roots And Back To The Future.*

Kapetanovic, Adnan. (2015) Remediation of Television Formats: Intertextuality as a Key Concept.

Kottler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2016) *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age.*

L.R.O. Hern, M. S.; Kahle, G. (2013) *The Empowered Customer: User Generated Content and the Future of Marketing Global Economics and Management Review.*

Luo, H.; Cheng, S.; Zhou, W.; Yu, S.; Lin, X. (2021) *A Study on the Impact of Linguistic Persuasive Styles on the Sales Volume of Live Streaming Products in Social E-commerce Environment.*

Mardhini, Janitha. (2011) Makna Budaya The Telkom Way (TTW) 1335 Sebagai Pedoman Berprilaku Bagi Karyawan Divisi Customer Care PT. Telkom Kandatel Bandung Timur.

Melivia, Salsa. (2022) Cara Kerja Algoritma TikTok 2022.

Nainggolan Yunita, Zaini M, Althalets Fareis (2018) Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur

Salsa, Melivia. (2022) Cara Kerja Algoritma TikTok 2022

Siti, Makhmudah. (2019) Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja.

Soleh Soemirat dan Asep Suryana, Komunikasi Persuasif Cetakan keenam, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 29.

Sugiyono. (2010) Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Surianto, Jesslyn Ellyvia; Utami, Setyo Savitri Lusia. (2021) Pengaruh Komunikasi persuasif melalui fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian.

Sya'bania, Feroza Cindie; Desy, Misnawati. (2020) Penggunaan media sosial Instagram pada akun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan.

Taprial, Varinder; Kanwar, Priya. (2012) Understanding Social Media.

Thaib, Erwin Jusuf. (2021) Problematika Dakwah Di Media Sosial.

Tommy Suprpto, Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi, (Jakarta: Buku Kita, 2009), h.  
29-30.

Velantin, Valiant. (2021) Pengelolaan Konten TikTok sebagai Media Informasi.