

DAFTAR PUSTAKA

- Acreativewriter (2023). Manfaat Fitur TikTok Playlist Dan Cara Mengoptimalkannya. <https://a-creative.id/blog/2023/10/17/manfaat-fitur-tiktok-playlist-dan-cara-mengoptimalkannya/>. Diakses pada 3 Juni 2024.
- Adhani, I., & Antika, R. M. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming dan Diskon Harga di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus di Jakarta Selatan). *Management Research and Business Journal*, 1(2), 103-119.
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2020). Aplikasi Tik Tok sebagai media pembelajaran keterampilan bersastra. *Metafora: jurnal pembelajaran bahasa dan sastra*, 6(1), 147-157.
- Ali, M., Tui, S., & Iqbal, A. R. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Profesionalisme Terhadap Kinerja Penyidik Penanganan Perkara Satuan Reserse Narkoba Pada Polres Gowa Polda Di Sulawesi Selatan. *Master of Management Journal*, 2(2), 18-27.
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337-342.
- Annamalai, B., Yoshida, M., Varshney, S., Pathak, A. A., & Venugopal, P. (2021). Social media content strategy for sport clubs to drive fan engagement. *Journal of retailing and consumer services*, 62, 102648.
- Anugrah, R. S. (2022, January). Personal Branding Seleb Tiktok Ridho Ghabil dalam Meningkatkan Eksistensi Diri. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 1, pp. 82-86).
- Aryanto, O. R. (2018). Strategi komunikasi pemasaran media sosial pada nusa Indonesian gastronomy (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Astajaya, I. K. M. (2020). Etika komunikasi di media sosial. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 15(1), 81-95.
- Astuti, L. (2020). Studi Dokumentasi Isolasi Sosial Pada Pasien Dengan Skizofrenia. *Akademi Keperawatan YKY Yogyakarta*.
- Athalia, J. A., & Sukendro, G. G. (2023). Komunikasi Pemasaran Produk Herbaleo melalui Media Sosial TikTok (Strategi Content Creator). *Prologia*, 7(2), 354-361.

- Cahyono, R. (2018). Bagaimana pandangan Positivisme dalam melihat Kebudayaan ? - Ilmu Budaya / Antropologi - Dictio Community. <https://www.dictio.id/t/bagaimanapandangan-positivisme-dalam-melihat-kebudayaan/116367/3>. (Akses 13 Januari 2024)
- Chen, H., & Wen, M. (2021). Research on the Communication Strategy of Tiktok in the People's Daily. *International Journal of Social Science and Education Research*, 4(9), 86-95.
- Daud, F. R., Tulenan, V., & Najoran, X. B. (2016). Virtual Tour Panorama 360 Derajat Kampus Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Teknik Informatika*, 8(1).
- Dedy, A., & Ayu, I. R. (2019). Metode Portofolio Sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Tentang Paradigma Baru PKn SD. *Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan*, 17(3), 305-314.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2017). Social media: communication strategies, engagement and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*, 29(1), 2-19.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2017). Social media: communication strategies, engagement and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*, 29(1), 2-19.
- Effing, R., & Spil, T. A. (2016). The social strategy cone: Towards a framework for evaluating social media strategies. *International journal of information management*, 36(1), 1-8.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11-23.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Fadhilah, I. (2022). Video Cinematic Lebih Menarik!. https://www.kompasiana.com/istiqomatulfadhilah3617/6220730de2d60e69f45997c3/video-cinematic-lebih-menarik?lgn_method=google. Diakses pada 31 Mei 2024.
- Ferguson, Samantha. (2024). 8 Cara Meningkatkan Brand Awareness Dengan Video di Tahun 2024. <https://www.wyzowl.com/brand-awareness/>. Diakses pada 31 Mei 2024.
- Ferry, D., Santosa, T., & Kamil, D. (2020). Pengetahuan mahasiswa institut agama Islam negeri Kerinci tentang teori asal usul manusia. *Bioeduca: Journal of Biology Education*, 1(1), 12-17.

- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh media sosial tiktok terhadap kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37-46.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.
- Gani, A. G. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(2).
- Gao, F. (2016). Social media as a communication strategy: Content analysis of top nonprofit foundations' micro-blogs in China. *International Journal of Strategic Communication*, 10(4), 255-271.
<https://doi.org/10.1080/1553118X.2016.1196693>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif* (1st ed.) Wal ashri Publishing Jl. Ekarasmi Medan Sumatera Utara
- Hariyanto, D. (2021). Buku ajar pengantar ilmu komunikasi. *Umsida Press*, 1-119.
- Hasby, M. A., Armayuda, E., & Haq, B. N. (2020). Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 1-10.
- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi komunikasi media sosial untuk mendorong partisipasi khalayak pada situs online kitabisa. com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146-156.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial "Instagram"). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149-162.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
- Joendra, N. P. (2019). Analisis Tahapan Customer Engagement Kosmetik Wardah Melalui Instagram@ Wardahbeauty dengan Hastag# Wardahfeelthebeauty (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).
- Kompascom+ baca berita tanpa iklan: <https://kmp.im/plus6>
Download aplikasi: <https://kmp.im/app6>
<https://tekno.kompas.com/read/2023/10/21/10300097/cara-membuat-daftar-putar-tiktok-untuk-mengategorikan-konten>.
- Kristanto, Y. D., & Padmi, R. S. (2020). Analisis data kualitatif: penerapan analisis jejaring untuk analisis tematik yang cepat, transparan, dan teliti.

- Kushardiyanti, D. (2021). Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di Era Pandemi Covid-19. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 97-114.
- Kustian, M. A. (2023). Analisis Forensik Penggunaan Fungsi Hash Dalam Menentukan Keaslian Video, Metadata Image Dan Magic Number File. *Jurnal Sains, Nalar, dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 2(2), 70-76.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Lestari, NH. (2023). Berapa Gaji Tiktok 1k Followers? Ini Perkiraanannya. Diambil dari: <https://bisnis.tempo.co/read/1720637/berapa-gaji-tiktok-1k-followers-ini-perkiraanannya> (Akses 2 November 2023)
- Limbong, E. G., & Putra, R. S. (2023). Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok). *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 3(1), 44-51.
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic).
- MGT Logistk. (2023). Memahami Apa Itu Rekap Data Serta Manfaatnya. Diakses pada 9 Juni 2024.
- Nabila, A. P. (2022). Strategi Konten Kreator Dalam Memproduksi Video Dakwah Di Akun Tiktok@ Kak. Jefri (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43-52.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 140-154.
- Okawati, F. R. T., & Agustina, T. S. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Pengembangan Komunitas UMKM “EPI (Excellent Preneur Indonesia)” Surabaya. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 565-574.
- Prakash, C. D., & Majumdar, A. (2021). Analyzing the role of national culture on content creation and user engagement on Twitter: The case of Indian Premier

League cricket franchises. *International Journal of Information Management*, 57, 102268.

- Primus, J. (2023). Riwayat “Real Time”, Kondisi Idaman Pengguna Internet. Diambil dari: <https://www.kompas.com/stori/read/2023/04/17/114909779/riwayat-real-time-kondisi-idaman-pengguna-internet> (Akses 2 November 2023)
- Punto Wicaksono (2023). Cara Kerja Algoritma TikTok dan Faktor yang Mempengaruhinya. Article <https://www.qubisa.com/article/cara-kerja-algoritma-tiktok> (Akses 2 November 2023)
- Purwanto, A., Asbari, M., Novitasari, D., Cahyono, Y., Wardana, W., Suryani, P., ... & Wahyuni, I. S. (2021). Peningkatan Kualitas Produk dengan Pelatihan ISO 9001: 2015 Sistem Manajemen Mutu Pada Industri Packaging di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement*, 1(02), 28-34.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280-288.
- Rachmadayanti, R., Andini, F., Susilo, V. V., & Syahroni, W. S. (2021). DAMPAK ALGORITMA TIKTOK TERHADAP KONSUMSI MUSIK. *PROSIDING SERINA*, 1(1), 2069-2076.
- Ranti, Sofyan. (2023). Cara Membuat Daftar Putar TikTok untuk Mengategorikan Konten. <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/21/10300097/cara-membuat-daftar-putar-tiktok-untuk-mengategorikan-konten>. Diakses pada 3 Juni 2024.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237. DOI: <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237.
- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rismayati, R., & Rahima, P. (2022). Pemanfaatan Tokoko. id Dalam Memasarkan Produk Handcraft. *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 120-127.
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2).

- Saskia&Pratomo (2023). 10 Medsos Paling Banyak Di-download di Indonesia, TikTok Teratas <https://tekno.kompas.com/read/2023/01/17/18030007/10-medsos-paling-banyak-di-download-di-indonesia-tiktok-teratas> (Akses 2 November 2023)
- Savitri, G. A. P. G. (2023). Pengaruh Tingkat Social Media Engagement Pada Akun Tiktok@ Avoskinbeauty Terhadap Minat Beli Produk Avoskin (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sitanggang, M. (2023). Engagement Pustakawan Dengan Pemustaka Melalui Instagram Perpustakaan PTKI Medan. *Jurnal IPI (Ikatan Pustakawan Indonesia)*, 8(1), 61-72.
- Suryadi, A., Darmawan, D., Rahadian, D., Wahyudin, D., Riyana, C., Cabe Raya, J., ... & Barat, J. (2022). Pengembangan aplikasi sistem database Virtual Community Digital Learning Nusantara (VCDLN) menggunakan model waterfall dan pemrograman terstruktur. *Jurnal Petik*, 8(1), 48-56.
- Susilowati, R. (2021). *Clickbait Pada Headline Youtube (Analisis Isi Pesan Terhadap Judul-Judul Konten Clickbait Di Channel Bobon Santoso Edisi Konten Tebarunya)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Tiktok. (2024). Hak Cipta. <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright>. Diakses pada 31 Mei 2024.
- Tinuiti. (2020). The Rise of TikTok During COVID-19. diakses pada 1 Oktober pukul 22.18 WIB.
- Tiski, I., & Oktavianti, R. (2023). STRATEGY FOR CREATING NEWS CONTENT ON TIKTOK SOCIAL MEDIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC (A CASE STUDY ON IDN TIMES). *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 237-244.
- Tuwohingie, D., Koloay, C., & Papuas, A. (2021). Pemberdayaan Pemuda Gereja Sebagai Tim Multimedia Dan Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Tatengkorang*, 5(1), 39-43.
- Uzunoğlu, E., & Kip, S. M. (2014). Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. *International journal of information management*, 34(5), 592-602.
- Veloso, M., Ieva, M., & Gómez-Suárez, M. (2024). Social media content strategy in hospitality: the impact of experiential posts and response congruence on engagement, hotel image, and booking intention. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 33(1), 57-77.

- Wati, H. (2019). Pengaruh selebgram sebagai celebrity endorsement terhadap perilaku konsumtif mahasiwi. *Sosietas: jurnal pendidikan sosiologi*, 9(2).
- Weimann, Gabriel dan Natalie Masri. (2020). Research Note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict and Terrorism*. 1–14.
- Wijaya, I. S. (2013). Komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 115-126.
- Zaval, L., & Cornwell, J. F. (2017). Effective education and communication strategies to promote environmental engagement. *European Journal of Education*, 52(4), 477-486.