

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
https://www.google.com/search?q=metode+penelitian+kualitatif+abdussamad&rlz=1C1GCEU_enID1160ID1160&oq=metode+pene&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqEAgCEEUYExgnGDsYgAQYigUyBggAEEUYOTIGCAEQRRhAMhAIAhBFGBMYJxg7GIAEGIoFMggIAxBFGCcYOzINCAQQABiDARixAxiABDINC AUQABiDARixAxiABDIKCAYQABixAxiABDIGCAcQRRg80gEIMzk4Nmo wajeoAgCwAgA&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Alaslan, A. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. PT RajaGrafindo Persada.
<https://doi.org/10.31237/osf.io/2pr4s>
- Alifah, E., Putri, N., Widodo, A., Raya, J., & Widodo@ds, A. (2024). AUDIENCE ENGAGEMENT IN SUPPORTING INFLUENCER WORK ON INSTAGRAM KETERLIBATAN AUDIENS DALAM MENDUKUNG KARYA INFLUENCER DI INSTAGRAM. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 17–33.
<http://netnografiikom.org/index.php/netnografi>
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Cv. Penerbit Qiara Media.
www.google.com
- Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Hariyanto, D. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PRESS.
- Husna, O. (2024). Pengaruh Copywriting, Content Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Mika Hijab Store Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 3(1). <https://journal.itbaas.ac.id/jieig>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). *KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. Vol 8 no 1*.
[https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Kartini, Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3, 137–139.
- Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Muhajir, A., & Bilgies, A. F. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada CV. Sinar Terang Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5 No.2*.
- Nasution, A. K. P. (2020). INTEGRASI MEDIA SOSIAL DALAM PEMBELAJARAN GENERASI Z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 13(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/tip.v13i1>
- Purbohastuti, A. W. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 12(2).

- Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Annur, C. M. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/de7b25bfae5971c/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1), 508. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i01.p02>
- Fatika, R. A. (2024). *10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?* <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>
- Mengenal TikTok, Karakter Pengguna, dan Penghargaan yang Pernah Diraih*. (n.d.). https://redcomm.co.id/knowledges/mengenal-tiktok-dan-karakter-penggunanya?utm_source
- Metrodata Academy*. (2025). <https://metrodataacademy.id/tentang-kami>
- Rizaty, M. A. (November). *Data Jumlah Pengguna TikTok Global 4 Tahun Terakhir hingga Kuartal III/2024*. 2024. <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-tiktok-global-4-tahun-terakhir-hingga-kuartal-iii2024>
- Shabrina, S. F., Delima, I. D., & Alamsyah, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 676–687. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.4013>
- Annur, C. M. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari*