

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rahmi, W. M., & Zeki, A. M. (2017). *A model of using social media for collaborative learning to enhance learners' performance on learning*. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 29(4), 526–535. <https://doi.org/10.1016/J.JKSUCI.2016.09.002>
- AL-Rahmi, W., Shahizan Othman, M., & Alhaji Musa, M. (2014). *The Improvement of Students' Academic Performance by Using Social Media through Collaborative Learning in Malays... The Improvement of Students' Academic Performance by Using Social Media through Collaborative Learning in Malaysian Higher Education*. *Asian Social Science*, 10(8). <https://doi.org/10.5539/ass.v10n8p210>
- Aminy, A., & Fithriasari, K. (n.d.). *Analisis dampak covid-19 bagi umkm di jawa timur (Analysis of The Impact of Covid-19 for msme in East Java)*.
- APRIANI, S. (2020). *Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain songket Palembang dengan citra merek sebagai variabel intervening pada konsumen kain songket pipit songket Palembang*.
- Barbotti, I. (n.d.). *Tiktok Marketing*. Ulrico Hoepli Editore.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- 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. <https://doi.org/10.31294/KHI.V12I1.10132>
- Drs. Media Sucahya. (2013). *Teknologi komunikasi dan media oleh : media sucahya, drs abstrak*.
- Dwi, E. (2016). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media) | Watie | Jurnal The Messenger*. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270/172>
- Erfani, T. (2022). *Tiktok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya? | kumparan.com*. <https://kumparan.com/tesyaerfani123/tiktok-ramai-digunakan-di-indonesia-bagaimana-islam-memandangnya-1xdze5mqq8b/full>
- Fauzi, V. P. (2016). *Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota pekanbaru*. *Jom fisip*, 3(1). <http://www.beritateknologi.com>,
- Khairil, M. (n.d.). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development ANALISIS PEMANFAATAN NEW MEDIA MELALUI JARINGAN MEDIA SOSIAL*.

- Kurnianti, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran Transportasi Online nguberjek | Kurnianti | Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/392/352>
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353.
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.6753835>
- Maya Hiregar, G. (2020). *Analisis digital marketing dinas pariwisata dalam mempromosikan desa wisata kabupaten magetan - Umpo Repository*. <http://eprints.umpo.ac.id/5912/>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Teknologi*. Simbiosis.
- Norhabiba, F., Ari, S., & Putri, R. (2018). Hubungan intensitas akses media baru dan kualitas interaksi lingkungan sekitar pada mahasiswa untag surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8–15.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). *View of Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial tiktok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store)*.
<http://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/483/441>
- Nugroho, N. R. (2020). *Pengaruh social media marketing instagram terhadap loyalitas merek pengguna ponsel xiaomi*.
- Oktavia. (2021). *Pemanfaatan digital content media sosial tiktok dalam proses pemasaran produk - untag surabaya repository*. <http://repository.untag-sby.ac.id/7436/>
- Pamungkas, B. A. (2016). *Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*.
- Perdana, F. (2019). *Welcome to UPN Veteran Jatim Repository - UPN Veteran Jatim Repository*.
<http://repository.upnjatim.ac.id/2313/>
- Pratama, S. (2020). *Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020 | incare, International Journal of Educational Resources*. <http://ejournal.ijshs.org/index.php/incare/article/view/64>
- Rangga, O. :, Gumelar, G., Sultan, U., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., & Com Abstrak, R. (2013). Konvergensi media online. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
<https://doi.org/10.30656/LONTAR.V2I2.343>
- Ranti, R. F., Nuraini, P., & Firmansyah, R. (2022). Strategi Promosi pada Aplikasi tiktok Shop untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal ekonomi perjuangan*, 4(2), 76–80.
<https://doi.org/10.36423/JUMPER.V4I2.1121>
- Rizky & Setiawati. (2020). *View of Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online*. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/352/327>

- Secsio, N. & M. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja | Putri | Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*.
[Http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625/6455](http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625/6455)
- Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, A. (n.d.). *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*.
- Setiawan, I., & Safitri, Y. (2016). *New Content Marketing*.
- Simatupang, M. P., & Utomo, D. P. (2019). Analisa testimonial dengan menggunakan algoritma text mining dan term frequency- inverse document frequency (tf-idf) pada toko allmeear. *Komik (Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 3(1).
[Https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1697](https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1697)
- Sugiharto, M., & Amalia, D. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital produk taste-me melalui instagram. *Nusantara : jurnal ilmu pengetahuan sosial*, 9(9), 3193–3200.
[Https://doi.org/10.31604/jips.v9i9.2022.3193-3200](https://doi.org/10.31604/jips.v9i9.2022.3193-3200)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Trismanto, T. (2016). Kalimat Efektif Dalam Berkomunikasi. *Bangun Rekaprima: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa, Sosial Dan Humaniora*, 2(1, April), 3–40.
[Https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/708](https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/708)
- Wahyuni, N. (2014). *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*.
- Wijaya. (2021). *Pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media komunikasi pemasaran untuk menarik minat beli (studi deskriptif kualitatif pada blowbar express salon yogyakarta) - E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. [Https://e-journal.uajy.ac.id/25699/](https://e-journal.uajy.ac.id/25699/)