

DAFTAR PUSTAKA

- Altania, E., & Sungkono. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Adella. *Jurnal Epistema*, 2(1), 83–88.
- 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>
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 110. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/1390/750>
- Claretta, D., Samudra Arsy, F., Komarullah, A. R., & Hanan, B. (2022). Peran Campaign Lewat Media Sosial Instagram (*Into The Light Dalam Membangun Public Awareness*). *Sibatik Journal | Volume*, 2(1). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.513>
- CNN Indonesia. (2020). TikTok Aplikasi Terpopuler, Kalahkan WhatsApp dan Zoom. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200716115929-185-525377/tiktok-aplikasi-terpopuler-kalahkan-whatsapp-dan-zoom#:~:text=>
- Dharmawan, R. (2020). Pengaruh Perceived Benefit Terhadap *Community Commitment* dan *Continue Use Intention*; Studi Kasus Komunitas

- Aplikasi Clubhouse Dikalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra.
Jurnal Strategi Pemasaran, 7(2).
- Dr. Lidya Wati Evelina, MM, L. of P. R. and R. U. B. N. (2016).
Menggunakan Metode Etnografi Dalam Penelitian Sosial. Dimensi
Jurnal Sosiologi. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2014). *Teori dan Riset Media Siber* (Edisi Pert).
Prenadamedia Group. <https://books.google.co.id/books?id=J-VNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=>
- Fatimatuzzahro, F., & Achmad, Z. A. (2022). *What If It Was You (#WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying*. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 35(4), 450–465.
<https://doi.org/10.20473/mkp.v35i42022.450-465>
- Hikmawati, S. atik, & Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok
Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol :
Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage
Publications Ltd. https://www.google.co.id/books/edition/Virtual_Ethnography/8EbJQxnYwJQC?hl=id&gbpv=1
- Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat.
Jurnal Penelitian Komunikasi, 20(1), 47–60.
<https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>

- Lina, L. F., Putri, A. D., & Anggarini, D. R. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. 40.
- Mandala, N., East, M.-, & Pradesh, U. (2000). *Community Profile Discite Institute* (Vol.288, Issue 2).
- Miftah Rezekia, S. (2020a). Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. *Data Analysis: Teknik Data Kualitatif*. <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data#:~:text=>
- Miftah Rezekia, S. (2020b). Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. <https://dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>
- Novianasari. (2018). *Komunikasi Konsumen Lazada melalui Electronic Word of Mouth (E-WOM)* (Issue Cmc).
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya Komunikasi Virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560>
- Parameswara, B. G., Liyah, L. N., Sania, N., & Ibrahim, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi TIK-TOK di Masa Pandemi Covid-19. *Cebong Journal*, 1(1), 10–14. <https://doi.org/10.35335/cebong.v1i1.4>
- Perdianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Fikom UPI YAI*, XXVII(September), 1–19.

[http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan_Konten_Tiktok_sebagai_Media_Informasi.pdf)

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media

Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

Putri, A. D. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>

Putu, N., Utami, P., Bagus, I., Purwa, G., Suparmini, K. E., & Ganesha, U. P. (2011). Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Dalam Information Sharing Bagi Pengelola Perpustakaan Di Kabupaten Buleleng. 209–220. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPKM/article/viewFile/9609/6104>

Rifan, T. Y. (2020). Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram@ Edhnx. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/8062%0A>

Rizaty, M. A. (2022). Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).

- Siddiq, M., & Salama, H. (2019). Etnografi Sebagai Teori dan Metode. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 18(1), 23–48. <https://doi.org/10.15408/kordinat.v18i1.11471>
- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommets, R. E. C. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pengembangan Diri Remaja (Studi di Kelurahan Ketapang Besar, Kecamatan Pasar Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Veronika, K. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Parafrase Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.
- Wibawanto, S. (2018). Peran Keluarga dalam Perilaku Pembelian Hedonis. *Energies*, 6(1), 1–8.
<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0A>
- Winarso, B. (2021). Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya? Daily Social. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>