

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. CV. Cendekia Press.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Media Sosial Global Paling Sering Habiskan Waktu di TikTok Ketimbang Facebook*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/pengguna-media-sosial-global-paling-sering-habiskan-waktu-di-tiktok-ketimbang-facebook>
- Antony, M. (2008). *What is Social Media?* iCrossing.
- Ayu, M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Azhari, M., & Apriadi. (2020). ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @ Maknews PADA KONTEN RELIGI # JumatBerkah. *KAGANGGA KOMUNIKA*, 2(1), 12–22.
- Bertrand, I., & Hughes, P. (2005). *Media Research Methods: Audience, Institutions Teks*. Palgrave Macmillen.
- Burhan, F. A. (2020). *Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Medsos Ketimbang Situs Pemerintah*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/teknologi/5fb7b04fa5eb9/survei-kic-masyarakat-lebih-percaya-medsos-ketimbang-situs-pemerintah>
- CBNdata. (2017). *Duanshipin Hangye Dashuju Dongcha*. CBN. <https://cbndata.com/report/397/detail?isReading=report&page=1>
- Daon001. (2018, April 4). Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara. *Kominfo*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Lembaga Kajian Islam dan Studi (LKIS).
- Hall, A., Towers, N., & Shaw, D. R. (2017). Understanding how Millennial shoppers decide what to buy: Digitally connected unseen journeys. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(5), 498-517(20). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2016-0206>
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding* (S. Hall, A. Lowe, & P. Willis (eds.); Culture, M). Hutchinson.
- Hall, S. (2003). *The work of representation: "Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities series)* (Ed Stuart). Sage Publication.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida': Media Komunikasi Hasil Penelitian Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 3(1), 112–119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media*. The McGraw Hill companies.
- McCarthy, P. (2006). *Metode Kualitatif*. Erlangga.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publication.
- McRobbie, A. (1991). *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*.

- Macmillan Education LTD.
- Milatihofa, M., Kusrin, K., & Arindawati, W. A. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 174–185.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi* (2nd ed). Simbiosis Rekatama Media.
- Ott, B.L., & Mack, R. . (2014). *Critical Media Studies: An Introduction* (2nd Editio). Wiley Blackwell.
- Pamungkas, P. (2022, May). *Vina Muliana*.
- Pendit, P. L. (1992). “Makna Informasi: Lanjutan dari Sebuah Perdebatan,” (A. B. et Al (ed.); Kepustakaw). Kesaint-Blanc.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280–288.
- Ramadani, A. F., & Alamiyah, S. S. (2023). Analisis resepsi mahasiswa terhadap hubungan friends with benefits. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 9(1), 1031–1046.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tunshorin, C. (2016). *Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Komunitas Dance Cover (Studi pada Eternal Jewel Dancen Community Yogyakarta)*. Universitas Islam Inegeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Viva.co.id. (2022). *Yang Bikin Vina Muliana Masuk Daftar Forbes Under 30 Asia*. Republika. <https://ameera.republika.co.id/berita/rcjva16924000/yang-bikin-vina-muliana-masuk-daftar-forbes-under-30-asia?>
- Widyangari, E. N. (2021). ANALISIS RESEPSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA KAMPANYE NEW NORMAL VIDEO YOUTUBE “TIPS CEGAH CORONA ALA DOKTER REISA. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 2(2), 249–259. <https://doi.org/https://doi.org/10.54895/jkb.v2i2.896>
- Wu, L. (2024). *Penemu TikTok: Fenomena dan Bagaimana Sejarahnya?* Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/best-seller/penemu-tiktok/>