

DAFTAR PUSTAKA

- @aanrmp. (2025, Januari 4). *Kiw Kiw nungguin ya?* Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7455899588864609541>
- @americanoooo_. (2024, Januari 11). *FULL VIDEO REPLAY 2023*. Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7322838846117317896>
- @begeezul. (2024, Januari). *FULL VIDEO REPLAY 2023*. Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7322838846117317896>
- @erikarichardo. (2022, Januari). *TikTok Replay 2021*. Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7059362950376590618>
- @hamzz.never.lose2.o. (2025, Januari 4). *Kiw Kiw nungguin ya?* Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7455899588864609541>
- @ibnuwardani. (2023, Januari 21). *REPLAY INDONESIA*. Retrieved from Tiktok.com:
<https://www.tiktok.com/@ibnuwardani/video/7191020512313675035?q=tiktok%20replay%20itu%20apa&t=1739969166574>
- @osloibrahim. (2024, Januari 12). *Replying to @qey.cvaa jadi gini* . Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@osloibrahim/video/7323192415551065350?q=tiktok%20replay%202023&t=1740420747180>
- @podcastkeselaje. (2024, Januari 14). *Nggak diajak TikTok Replay..* Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@podcastkeselaje/video/7323970251752852741?q=tiktok%20replay%202023&t=1740420747180>
- @replayindonesia. (2023, Januari 31). *Kami persembahkan Replay 2022*. Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7194667649333349633>
- @restuputra2540. (2025, Januari 4). *Kiw Kiw nungguin ya?* Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7455899588864609541?q=tiktok%20replay%202024%20udah%20tayang%20woy&t=1740460734789>
- @sofarsabi. (2024, Desember 25). *SOFAREMIX*. Retrieved from Tiktok:
<https://www.tiktok.com/@sofarsabi/photo/7452234688497716486>

- @sptrakori_. (2022, Januari). *TikTok Replay 2021*. Retrieved from Tiktok: <https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7059362950376590618>
- @vs.everyb0dy. (2025, Januari 5). *Kiw Kiw nungguin ya?* Retrieved from Tiktok: <https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7455899588864609541>
- @www.flexing.com. (2024, Januari 11). *FULL VIDEO REPLAY 2023*. Retrieved from Tiktok: <https://www.tiktok.com/@replayindonesia/video/7322838846117317896>
- Abbasi, A. Z., Kanwal, N. A., Albashrawi, M., & Khair, N. (2023). TikTok app usage behavior: the role of hedonic consumption experiences. *Data Technologies and Applications*, 344-365.
- Agustina, L. (2020). VIRALITAS KONTEN DI MEDIA SOSIAL. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 149-160.
- Amalia, S. P., & Taufik, R. R. (2024). Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira TV. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 107-118.
- Anggarini, D. (2021). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 259-268.
- Arini, A. D. (2013). BENTUK, MAKNA, DAN FUNGSI BAHASA TULIS MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI DAN INTERAKSI PADA INTERNET. *SKRIPTORIUM*, 35-49.
- Arriagada, A., & Ibanez, F. (2020). “You Need At Least One Picture Daily, if Not, You’re Dead”: Content Creators and. *Social Media + Society*.
- Asiati, D. I., & Septadiyanto. (2018). Karakteristik Pengguna Media Sosial. *MBIA*, 25-36.
- Aulia Supintou. (2022, Februari 3). *6 Fakta TikTok Replay 2021, Gandeng 100 Content Creator*. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/aulia-supintou-1/fakta-tiktok-replay-2021-gandeng-100-content-creator?page=allhttps://www.idntimes.com/hype/entertainment/aulia-supintou-1/fakta-tiktok-replay-2021-gandeng-100-content-creator?page=allhttps://www>
- Aulia, R., & Abdurahman, A. I. (2020). FENOMENA MIKRO-SELEBRITI DI MEDIA SOSIAL (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL VIDEO VIRAL AKUN @HELENJUNET TANGGAL 22 MARET 2019 PADA PENGGUNA INSTAGRAM). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 1-14.

- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP INTERAKSI SOSIAL PADA REMAJA: KAJIAN SISTEMATIK. *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling*, 21-31.
- Badan Pusat Statistik. (2024, Juni 28). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Barker, M., Holmes, S., & Ralph, S. (2015). Audiences for stardom and celebrity. *Celebrity Studies*, 1-5.
- Baryadi, P. (2015). Analisis Wacana. *Artikel Seminar Metode Penelitian Bahasa dalam Konteks Kekinian*.
- Batoebara, M. U. (2020). APLIKASI TIK-TOK SERU-SERUAN ATAU KEBODOHAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 59-65.
- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 189-198.
- Burhan, Listiana, E., Purnomo, B. B., Afifah, N., & Setiawan, H. (2025). The Impact of Firm-Generated and User-Generated Content on Brand Loyalty on TikTok: The Role of Trust and Engagement. *Ilomata International Journal of Management*, 646-665.
- Cahyaningrum, R., & Purnamasari, D. (2024). HIPERREALITAS : ANALISIS KONTEN VIRAL DI KALANGAN CONTENT CREATOR TIKTOK. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 117-128.
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 140-157.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 238-266.
- Ceci, L. (2025, April 15). *Countries with the most TikTok users 2025*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Celis, C. (2017). *The Attention Economy Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism*. London: Rowman & Littlefield International Ltd.
- CURHAT BANG Denny Sumargo. (2024, September 24). DISCLAIMER
JANGAN NONTON KALU GA KUAT. Retrieved from YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=4ep8S19EAFE>

- Detikinet. (2020, September 18). *Odading Mang Oleh Viral, Begini Lirik Ngegasnya*. Retrieved from Detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5178659/odading-mang-oleh-viral-begini-lirik-ngegasnya>
- detikSumut. (2023, November 11). *Daftar Stasiun TV-Radio yang Menyiarkan Debat Capres-Cawapres 2024*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/sumut/berita/d-7082736/daftar-stasiun-tv-radio-yang-menyiarkan-debat-capres-cawapres-2024>
- Eryc, & Vera. (2023). Analysis Social Media Tiktok Effectiveness On Personal Branding : Content Creator Batam. *Economics and Digital Business Review*, 747-755.
- Fayzullaevna, T. M. (2021). THE SIGNIFICANCE OF DISCOURSE ANALYSIS IN LANGUAGE TEACHING AND LEARNING. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIONS IN ENGINEERING RESEARCH AND TECHNOLOGY*, 174-176.
- Febriyanti, S. N. (2023). *Anak Muda, Youtube, Dan Digital Labour: Kajian Audiens di Era Post-Televisi*. Jakarta: P R E N A D A.
- Gonzalez, E., & Deng, X. N. (2023). Social Inclusion: The Use of Social Media and the Impact on First-. *Journal of the Association for Information Systems*, 1199-1357.
- Good News From Indonesia. (2023, Februari 16). *Keren Abis! Fakta Menarik Tiktok Replay 2022, Kawan Sudah Nonton?* Retrieved from Good News From Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/02/16/fakta-menarik-tiktok-replay-2022>
- Gravili, G., & Fait, M. (2016). *New Forms of Communication*. Emerald Group Publishing Limited.
- Gushevinalti, Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). TRANSFORMASI KARAKTERISTIK KOMUNIKASI DI ERA KONVERGENSI MEDIA. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 83-134.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Haqqu, R. (2020). ERA BARU TELEVISI DALAM PANDANGAN KONVERGENSI MEDIA. *Jurnal Rekam*, 15-20.
- Hasna, S. (2022). Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1-7.

- Herdiansyah, N. R., Arjawa, I. G., & Aditya, I. G. (2025). EKSISTENSI CONTENT CREATOR TIKTOK BERDASARKAN PERILAKU SOSIAL MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS UDAYANA. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Hidayat, R., Siregar, Y. A., Prihatina, E., & Afdhal. (2022). Tiktokers Contest on Reaching Popularity: Study on Indonesian University Student TikTokers. *The Journal of Society and Media*, 444-465.
- HumasTGD. (2024, November 20). *Simak Sejarah Tiktok dan Perjalanannya Masuk ke Indonesia*. Retrieved from STMIK TRIGUNA DHARMA: <https://fresh.trigunadharma.ac.id/detail/simak-sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-masuk-ke-indonesia>
- Iqbal, M. (2025, Februari 25). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2025)*. Retrieved from Business of Apps: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Istia, D. (2024, Oktober 19). *Indonesia Jadi Negara Pengguna Tiktok Terbanyak*. Retrieved from rri.co.id: [https://www.rri.co.id/ipitek/1053639/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak#:~:text=%22Pada%20Juli%202024%2C%20Indonesia%20merupakan,Senin%20\(7%2F10\)](https://www.rri.co.id/ipitek/1053639/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak#:~:text=%22Pada%20Juli%202024%2C%20Indonesia%20merupakan,Senin%20(7%2F10)).
- Izzulsyah, I., Adiyus, Radika, Hidayah, A. N., & Saputra, L. (2022). ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI. *Jurnal Fraction*, 21-31.
- Jones, R. H. (2015). Introduction Discourse analysis and digital practices. In R. H. Jones, A. Chik, & C. A. Hafner, *Discourse analysis and digital practices Doing Discourse Analysis in the Digital Age* (pp. 1-17). New York: Taylor & Francis.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Khan, G. F., & Vong, S. (2014). Virality over YouTube: an empirical analysis. *Internet Research*, 629-647.
- Khasanah, U. (2024, Agustus 2). *Sejarah Tiktok dan Perjalanannya hingga Masuk ke Indonesia*. Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/tech/trend/uswatun-khasanah-52/sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-hingga-masuk-ke-indonesia?page=all>
- kumparan.com. (2021, Mei 16). *7 Seleb yang Kompak Main Tik Tok dengan Anaknya*. Retrieved from kumparanMOM:

<https://kumparan.com/kumparanmom/7-seleb-yang-kompak-main-tik-tok-dengan-anaknya-1vjswl0pwPh>

- Lahitani, S. (2024, Februari 25). *Avatar: The Last Airbender 2024 Sukses Besar, Ternyata Ini Sebabnya*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5535883/avatar-the-last-airbender-2024-sukses-besar-ternyata-ini-sebabnya>
- Lasmana, H., & Arista, L. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL BIGO LIVE DAN KEPUASAN DIRI TERHADAP AKTUALISASI DIRI PADA HOST OFFICIAL BIGO LIVE DI JABODETABEK. *Jurnal SCRIPTURA*, 64-74.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 155-170.
- Lindemann, C. (2020). Star Texts: A Case Study in Harper's and Vogue. *Stanford Literary Lab*.
- Lusianawati, H. (2023, Januari 12). Media Sosial dan Fenomena Mikro Selebriti. (QuBisa, Interviewer)
- Margaretha, L. (2020). TEORI- TEORI BELAJAR UNTUK KECERDASAN BAHASA ANAK USIA DINI. *Early Child Research and Practice (ECRP)*, 8-15.
- Marwick, A., & Boyd, D. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 140-158.
- Masitoh. (2020). PENDEKATAN DALAM ANALISIS WACANA KRITIS. *Edukasi Lingua Sastra*, 66-76.
- McLeod, S. (2024). Maslow's Hierarchy of Needs. *SimplyPsychology*, 1-31.
- Merriam-Webster. (n.d.). *Deepfake*. Retrieved from Merriam-Webster.com dictionary: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/deepfake>
- Muannas. (2018). PROSES GATEKEEPING TERKAIT REDISTRIBUSI KONTEN MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF GENERASI Z. *Jurnal Jurnalisa*, 256-270.
- Muhammad, R. H., Nasution, B., & Suyanto. (2020). OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM #2019GANTIPRESIDEN VS #2019TETAPJOKOWI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 268-283.
- Nabila, D. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.

- Nechita, A. (2012). Mass self-communication. *Journal of Media Research*, 29-44.
- Noor, A. F., Afifaturrohman, A., Aufa, M. N., & Ramadhan, M. R. (2023). Fenomena FYP Video Cuplikan Ceramah Digital pada Media TikTok. *Seminar Pendidikan Agama Islam*, 40-58.
- Novianto, A., & Wulansari, A. D. (2019). Kerja Tak Terbayar di Media Sosial: Alienasi dan Eksploitasi Pekerja yang Tersamarkan dalam Kapitalisme Digital. *Jurnal Studi Pemuda*, 651-658.
- Nurfajri, I., Pratama, E. T., Tupamahu, G. S., Saputra, R., & Erwina, Y. (2025). Dampak Algoritma AI terhadap Komunikasi Publik: Memahami Manipulasi Informasi dan Realitas. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1-13.
- Nurudin. (2015). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Komunikator*, 84-93.
- Okditazeini, V. (2023). FANDOM DIGITAL SEBAGAI DIGITAL LABOUR: ANTARA PROSUMER DAN EKSPLOITASI KAPITALIS. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 130-149.
- Paramesti, E. M., Alamiyah, S. S., & Cahayani, F. Y. (2021). TREND PERALIHAN ARTIS TELEVISI MENJADI YOUTUBE CONTENT CREATOR. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 140-152.
- Pellondou, P. M., & Rusdi, F. (2021). Aktualisasi Diri Generasi Milenial Melalui Aplikasi TikTok. *Koneksi*, 387-392.
- Peter K, D. (2021). *Scientific Research and Methodology: An introduction to quantitative research in science and health*. Sippy Downs: CC BY-NC-SA 4.0.
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. (2023). Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 490-493.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Putra, G. E., & Zuhri, S. (2024). ANALISIS WACANA DIGITAL KRITIK SOSIAL DALAM PODCAST CLOSE THE DOOR FEAT PANDJI PRAGIWAKSONO. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4424-4434.
- Putra, I. G. (2020). MEDIA SOSIAL DAN INTERAKTIVITAS DALAM DUNIA PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1-11.

- Rahmawati, D. (2016). MEDIA SOSIAL DAN DEMOKRASI DI ERA INFORMASI. *Jurnal Vokasi Indonesia*.
- Reynolds, C. (2020). IT'S REWIND TIME, EVERYBODY: THE CONTESTATION OF PLATFORM CULTURE IN YOUTUBE'S YEARLY REVIEW. *AoIR Selected Papers of Internet Research*.
- Robbani, M. U., Arviani, H., & Febriyanti, S. N. (2023). Analisis Wacana Digital Penggunaan Verbal Abuse dalam Konten Gameplay. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 323-337.
- Robson, S., & Banerjee, S. (2022). Brand post popularity on Facebook, Twitter, Instagram and LinkedIn: the case of start-ups. *Online Information Review*, 486-504.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *Jurnal The Messenger*, 69.
- Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 69.
- Sari, D. P., & Sa'id, M. (2023). For Your Page TikTok: The Influence of Self-Esteem on Online Self-Presentation in Teenagers. *Jurnal Sains Psikologi*, 274-283.
- Sasmita, A. S., & Achmadi, N. S. (2021). The Popularity of TikTok and the Implementation of the AISAS Model on Marketing Communications Through TikTok. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 62-76.
- Setiawati, A., Ronda, M., & Seran, A. (2023). INDIVIDUAL FREEDOM AND NETIZEN PRESENCE AS OTHERS IN TIKTOK SOCIAL MEDIA CREATOR CONTENT MESSAGE DELIVERY. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL*, 1027-1035.
- Siswanto, S., & Ikhwan, I. (2024). Building city branding of Yogyakarta as a cultural city: A youtube user-generated content analysis. *Indonesian Tourism Journal*, 59-69.
- Sofa, N. A., Annaafi'atsaani, I., Ihsanuddin, A. N., & Anbiya, B. F. (2023). ANALISIS PEMANFAATAN PLATFORMTIKTOK SEBAGAI MEDIA AKTUALISASI DIRI PESERTA DIDIK. *RESEARCH IN EDUCATION AND TECHNOLOGY (REGY)*, 92-98.
- Srikandi, M. B., Suparma, P., & Haes, E. P. (2023). AUDIENS SEBAGAI GATEKEEPER PADA MEDIA SOSIAL. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 179-192.

- Stewart, S., & Giles, D. (2020). Status Selebriti dan atribusi Nilai. *Jurnal Studi Budaya Eropa*, 3-17.
- suara.com. (2024, Juni 10). *YouTuber Indonesia Ini Pemilik Akun TikTok Pertama di Dunia*. Retrieved from suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2024/06/10/151229/youtuber-indonesia-ini-pemilik-akun-tiktok-pertama-di-dunia>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Surbakti, D. S., Sihombing, D. N., & Nadira, J. A. (2023). LINGUISTIK FORENSIK UJARAN KEBENCIAN TERHADAP ARTIS TIARA ANDINI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 2337-2344.
- Surokim et al. (2016). *Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Bangkalan: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur.
- Susanto, G. A. (2024). Tinjauan Kritis atas Berkembangnya Media Sosial dan Ancaman Terhadap Media Mainstream Menurut Manuel Castells. *Dekonstruksi*, 6-16.
- Sutriani, I. A. (2022). AKTUALISASI DIRI DAN MEDIA SOSIAL (DRAMATURGI KAUM MILENIAL DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK). *JURNAL ILMIAH ILMU AGAMA DAN ILMU SOSIAL BUDAYA*, 89-98.
- Sutriyono, & Haryatmoko. (2018). Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial. *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-21.
- Swarna, M. F., Rumardani, A., Saputra, E. A., Pratama, D., Al-mufid, M. D., & Amalia, N. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal. *Karimah Tauhid*, 1012-1019.
- Taufik, M. (2021, Januari 15). *Apa Itu Youtube Rewind?* Retrieved from YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=vqtHzsA6iak>
- Tempo. (2022, September 5). *Bonge Tampil Perdana di Runaway JF3 Fashion Festival 2022, Gayanya Tak Kalah dari Erika Carlina*. Retrieved from Tempo: <https://www.tempo.co/hiburan/bonge-tampil-perdana-di-runaway-jf3-fashion-festival-2022-gayanya-tak-kalah-dari-erika-carlina-295650>
- Times Indonesia. (2024, Februari 14). *Kontroversi TikTok Replay*. Retrieved from Times Indonesia: <https://timesindonesia.co.id/kopi-times/486569/kontroversi-tiktok-replay>
<https://timesindonesia.co.id/kopi-times/486569/kontroversi-tiktok-replay>

- Times Indonesia. (2024, Februari 14). *Kontroversi TikTok Replay*. Retrieved from Times Indonesia: <https://timesindonesia.co.id/kopi-times/486569/kontroversi-tiktok-replay>
- Utami, A. H. (2021). MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 8-18.
- Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhana, S. C. (2023). KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL: ANALISIS MEDIA KONVENSIONAL VS NEW MEDIA PADA KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MALIKUSSALEH ANGKATAN 2021. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 80-94.
- Varenia, I. A., & Phalguna, I. B. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *SADHARANANIKARANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 623-632.
- Wahyudi, R., Musliadi, Muhlis, & Faridah. (2024). Demokrasi di Ruang Publik dan Media Sosial dalam Perspektif Kajian Kritis. *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 17-32.
- Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Sage Journal*, 359-383.
- Yakin, A. A. (2013). PERILAKU ELIT POLITIK ALA SELEBRITI. *Jurnal Papatuzdu*, 42-53.
- Yazdanipoor, F., Faramarzi, H., & Bicharanlou, A. (2022). Digital Labour and The Generation of Surplus Value on Instagram. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 179-194.
- Yulianto, H. S. (2024, September 3). *Pengertian Popularitas beserta Macam-Macam Fungsinya*. Retrieved from bola.com: <https://www.bola.com/ragam/read/5691170/pengertian-popularitas-beserta-macam-macam-fungsinya>
- Zhang, G., & Seta, G. e. (2018). Being “Red” on the Internet: The Craft of Popularity on Chinese Social Media Platforms. In C. Abidin, & M. L. Brown, *Microcelebrity Around the Globe* (pp. 57-67). Leeds: Emerald Publishing Limited.