

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegoro, A. R., Nugroho, D. R., Ulya, E. D., & Mulyono, M. (2025). Hubungan Antara Intensitas Menonton Konten Tiktok @thesadewa Dengan Kreativitas Mahasiswa Gen Z. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(3), 39–56. Retrieved from <https://jurnal.kolibi.id/index.php/retorika/article/view/49>
- Afrelia, N.D., & Khairat, M. (2022). Hubungan antara intensitas pengguna tiktok dengan kontrol diri pada remaja. *Jurnal Spirit*, 12(2), 62–67. <https://doi.org/10.30738/spirits.v12i2.12808>
- Agustyawati, L., & Kuswati, R. (2025). Paparan Konten Berkelanjutan dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Pro-Lingkungan. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 984–994. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1248>
- Anggarini, D., T. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Personal Branding Dalam Membangun Citra Dan Popularitas Dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. [10.35899/biej.v3i4.341](https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341)
- Arianto, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>
- Arini, D. (2020). Penyuluhan Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Kalangan Remaja Di Desa Way Heling Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Abdimas Universal* 2(1), 49–53.
- Athaya, F., & Irwansyah, Irwansyah. (2021). Memahami *Influencer Marketing*: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi *Influencer*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254>
- Aurelia, V., Qoiyim, H. A., & Atasa, D. (2025). Analisis Pengaruh Jenis Konten, Durasi, Waktu Unggah, dan Keterlibatan *Influencer* terhadap *Engagement* Konten Digital Infarm. *Journal of Agribusiness Community Empowerment*, 8(2). <https://doi.org/10.32530/jace.v8i2.2>
- Azis, M., Heksarini, A., Doddy, Maria, S., & Lestari, D. (2025). Peningkatan Pemahaman Siswa SMAN 4 Samarinda Terhadap Kesempatan Beasiswa Bank Indonesia. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.36982/jam.v9i1.4599>
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik Kuningan*, 2(2), 39–46
- Damanik, R., R., Tambotoh, J., J., C. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Pencarian Informasi dan Media Komunikasi Menggunakan Model Uses and Gratification. *Jurnal Riset Komputer*, 9(5), 1251–1261. <http://ejournal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom>

- Dania, I. A., & Novziransyah, N. (2021). Sensasi, Persepsi, Kognitif. *Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan - Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara*, 20(1), 14-21. <https://doi.org/10.30743/ibnusina.v20i1.59>
- Firamadhina, F., I., R., Krisnani, H., (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. *Social Work Jurnal*, 10(2), 199-208. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media *Influencer* terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Syariah)*, 6(1), 918-930. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *IBTIDA'*, 3(1), 112-119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>
- Ismunarti, D. H., Zainuri, M., Sugianto, D. N., & Saputra, S. W. (2020). Pengujian Reliabilitas Instrumen Terhadap Variabel Kontinu Untuk Pengukuran Konsentrasi Klorofil-a Perairan. *Buletin Oseanografi Marina*, 9(1). 1-8. <https://doi.org/10.14710/buloma.v9i1.23924>
- Juanta, P., Lim, O., Ferry, F., & Wijaya, D. (2025). Pengaruh Konten Media Sosial Edukasi Kesehatan terhadap Perubahan Perilaku Hidup Sehat pada Generasi Z. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.55123/insologi.v4i1.4830>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte. (2020). Roadmap literasi digital 2021-2024. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte Mizanie D., Irwansyah (2019). Penggunaan *Social Network* (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 89-98
- Maskhuliah, P., Rimosan, N., B., A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., Nisa, M., M., K. (2025) Konsep Dasar Pengukuran Dan Skala Dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka. (2025). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan | E-ISSN : 3062-7788*, 2(1), 565-572. <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jimp/article/view/991>
- Naufal, H., A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Nauvaliaa, N., Setiawan, I. (2022). Peran Media “Tik Tok” dalam Memperkenalkan Budaya Bahasa Indonesia. *Jurnal Satwika*, 6(1), 126-138. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>
- Pitrianti, S., Sampetoding, E. A. M., Purba, A. A., & Pongtambing, Y. S. (2023). Literasi Digital Pada Masyarakat Desa. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 43-49. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.655>
- Putri, R., A. (2023). Pengaruh Teknologi dalam Perubahan Pembelajaran di Era Digital. *Journal of Computers and Digital Business*, 2(3), 105–111. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i3.233>

- Prakoso, A. A., Asifa, F. N., Wicaksono, H., & Maulana, A. Y. (2023). Hubungan Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Literasi Digital Pada Pengguna Tiktok Generasi Z Di DKI Jakarta. *Journal Of Documentation and Information Science*, 7(2). <https://doi.org/10.33505/jodis.v7i2.217>
- Qadir, A., Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713-2724. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan>
- Saman, S. (2021). Persepsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Daring Saat Pandemi Covid-19. *MANAZHIM*, 3(1), 70-82. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v3i1.1069>
- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/683
- Sangapan, L., H. (2025). Peran *Influencer* dalam Komunikasi Pemasaran: Sebuah Tinjauan Sistematis Literatur Internasional. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(2), 129-137. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i3.2570>
- Sanjaya, F., A., Ambarwati, R., Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: K[onsumen Kedai "Ikhtiar" Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82-89. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.354>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, Penelitian Pendidikan) (ketiga; Apri Nuryanto, ed.). Bandung: Alfabeta.
- UNESCO. (2018). Digital Literacy Global Framework. Paris:UNESCO.