

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, M. V., & Santoso, N. B. (2024). Public engagement on the Instagram social media account format of Indonesian Food and Drug Authority Regional Office in Ambon in 2023. *Eruditio: Indonesia Journal of Food and Drug Safety*, 4(2), 158–165. <https://doi.org/10.54384/eruditio.v4i2.213>
- Al Mubarak, A. M. (2025). Analisis implementasi teknologi artificial intelligence pada sistem rekomendasi konten TikTok: Studi kasus personalisasi For You Page. *Jurnal Sains & Teknologi*, 1(1). <https://ojs.univsm.ac.id/index.php/univsm/article/view/41/36>
- Al Qadri, M. A. (2023). Analisis pengelolaan Instagram dalam penyebaran informasi menggunakan teori The Circular Model SOME. *AI-DYAS*, 2(3), 45-62. <https://jurnal.usk.ac.id/riwayat/article/download/47849/24321>
- ANTARA News. (2022). TikTok Indonesia meluncurkan fitur literasi digital. <https://www.antaranews.com/berita/2725877/tiktok-indonesia-luncurkan-fitur-literasi-digital>
- Antarajasa. (2025). Tren digital Indonesia 2025: Media sosial dan platform AI. <https://antarajasa.com/tren-digital-indonesia-2025-media-sosial-ai-platfor/>
- Asrida. (2025). Implementasi strategi riding the wave (Analisis isi akun TikTok @geraldvincentt). *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora (SISH)*, 2(3), 128–134. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/sish/article/view/600>
- Asufie, K. N., & Aripkiah, N. (2023). Literasi digital Generasi Z dalam konteks pemberdayaan masyarakat era Society 5.0 di SMKN 1 Sendawar Kutai Barat. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (Semnaskom-Unram)*, 5(1). <https://proceeding.unram.ac.id/index.php/semnaskom/article/view/759>
- Awaliyah, Y. P., & Amalia, D. (2025). Analisis isi konten edukasi etika sosial dan table manner @vindyleetiktok. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(8), 9636–9640. <https://jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/8941>
- Ayuningtyas, F., dkk. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai media informasi baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 189-198 <https://mahesa.institute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/2301>
- Belshaw, D. A. J. (2012). What is “digital literacy”? A pragmatic investigation (Doctoral dissertation). Durham University. [http://etheses.dur.ac.uk/3446/1/Ed.D.thesis\(FINAL_TO_UPLOAD\).pdf](http://etheses.dur.ac.uk/3446/1/Ed.D.thesis(FINAL_TO_UPLOAD).pdf)
- Bisnis.com. (2025, Mei 26). Hasil Survei Literasi AI Warga RI Masih Rendah. Diakses dari <https://www.merriam-webster.com/dictionary/link>
- BINUS Automotive. (2025, Juni 11). Prompt engineering: Teknik efektif dalam rekayasa AI. <https://base.binus.ac.id/automotive-robotics-engineering/2025/06/11/prompt-engineering-teknik-efektif>
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.

- Dataloka. (2026). Indonesia jadi negara pengguna TikTok terbanyak di dunia 2025. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- detikINET. (2025). Tembus 6,04 miliar! 73% penduduk bumi kini sudah terhubung internet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-8282858/tembus-6-04-miliar-73-penduduk-bumi-kini-sudah-terhubung-internet>
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah. (2021). Analisis retorika Aristoteles pada kajian ilmiah media sosial dalam mempersuasi publik. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>
- Fathul Qorib dkk. (2021). Konsistensi kreator TikTok [Skripsi, UIN Suska]. UIN Suska Repository. <https://repository.uin-suska.ac.id/58187/>
- Fauzi, A. (2023). Strategi edutainment dalam konten edukasi media sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–124.
- Firdaus, F. (2025). Komunikasi di era digital: Transformasi dan tren tahun 2025. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/faizatulfirdaus0393/>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR*, 5(4), 1006–1013
- GoodStats.id. (2025). Indonesia Digital Report 2025: TikTok. <https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-tiktok-x37UH>
- Habibah, A., & Hidayati, D. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penerimaan siswa baru di SMA swasta. *Academy of Education Journal*, 14(1), 107–123. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i1.1298>
- Hapsari, D. R., & Mahendra, G. K. (2023). Interaktivitas media sosial TikTok dalam meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 45–59.
- Hartono, F. (2023). Strategi konten media sosial di TikTok: Studi kasus implementasi model Circular Social Media Engagement pada akun @momuung.official. *Jurnal Nusantara*, 10(4), 112–125. <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/19800>
- Henita, Setiawan, A., & Rozak, R. W. A. (2025). Peran media sosial sebagai sarana informasi sekolah. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1). <https://doi.org/10.23969/jp.v10i01.21662>
- Hidayat, M. A. (2023). Self disclosure Generasi Z pada media sosial TikTok. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 81–92. <https://doi.org/10.62180/bq8hax67>
- Husni, A. R., & Rahmawati, F. N. (2025). Konten edukasi kesehatan di TikTok: Peran dr. Clahayes dalam meningkatkan literasi kesehatan publik. *Jurnal Literasi Digital*, 4(1), 12–25
- International Telecommunication Union. (2023). Facts and figures 2023. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2023.pdf>
- Jayabaya E-Journal. (2025). TikTok analytics transformasi konten. *Manajerial*, 6(1). <https://ejournal.jayabaya.ac.id/index.php/Manajerial/article/download/282/pdf>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Waveland Press.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376727>
- Luttrell, R. (2022). *Social media: How to engage, share, and connect (4th ed.)*. Rowman & Littlefield.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- McKinsey & Company. (2023). *The state of AI in 2023: A McKinsey global survey*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Morissan. (2010). *Teori komunikasi massa*. Ghalia Indonesia.
- Muktaf, Z. M. (2015). *New Media*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <https://repository.umi.ac.id/handle/123456789/36719>
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Neliti Media. (n.d.). *The nexus between AI literacy and digital literacy*. <https://media.neliti.com/media/publications/592762-the-nexus-between-ai-literacy-and-digita-2d53d1a5.pdf>
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39–52. <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>
- Pew Research Center. (2023). *Teens, social media and technology 2023*. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/09/14/>
- Pratiwi, W., dkk. (2024). TikTok literasi Gen Z. *SITASI UPN Jatim*, 3(2). <https://sitasi.upnjatim.ac.id/sitasi/article/download/872/194/>
- Putri, A. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok pada akun @sabinamaidaaah sebagai media informasi kesehatan mental pada Generasi Z. *Jurnal Persuasi*, 10(3), 210-225.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280–288. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Redcomm. (2026). *TikTok labeli konten AI eksternal: Apa yang perlu kamu tahu*. <https://redcomm.co.id/knownledges/>
- Rochani, F. R., & Sarungu, L. M. (2025). Analisis isi konten edukasi Instagram @CFDS UGM dalam membantu literasi digital followers. *Jurnal Solidaritas FISIP UNISRI*.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Saputra, S. T. B., & Rakhmawati, F. N. (2025). TikTok sebagai media edukasi kesehatan: Analisis gaya komunikasi kesehatan konten dr. Detektif. *JPM: Jurnal Media Akademik*, 3(6).
- Statista. (2023). *Digital population worldwide*. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

- STKIP Persada. (2024). Mobile learning TikTok AI. JPMK, 12(2). <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPMK/>
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena content creator di kalangan remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677-690.
- TikTok. (2023). TikTok 2023 year in review. <https://www.tiktok.com/business/en-US/blog/>
- UGM News. (2024). UGM students research impact of TikTok content on student literacy skills. <https://ugm.ac.id/en/news/>
- Widyanto. (2022). Pemanfaatan media baru sebagai sarana penyebaran informasi di instansi pemerintah. *Promedia*, 8(2), 175-190.
- Yulianda, N., Sultan, M. I., & Akbar, M. (2024). Analisis Konten pada Akun Tiktok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 959–966. <https://doi.org/10.54082/jupin.445>