

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkhakim, A. (2019). *Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial TikTok* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Alya, Nur. (2021). *Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner bagi Masyarakat Balikpapan di Tengah Pandemi Covid-19*. UPN Veteran Jatim,
- Amarningtio, P. (2021). *Analisis Sosial Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness*. 7(2), 4303–4312.
- Ananta Gautama, W. (2017). *Faktor-Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah Dari Mi Mathla'ul Anwar Kota Jawa Kecamatan Way Khilau Kabupaten Pesawaran* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- B. D. Hutauruk, J. F. Naibaho, B. R. (2017). Analisis Dan Perancangan Aplikasi Marketplace Cinderamata Khas Batak Berbasis Android. *Jurnal Methodika*, 3(1), 242–246.
- Charlina, C., & Rasdana, O. (2022). Pemanfaatan Hyperlink untuk Multimedia Presentasi pada Pembelajaran Teks Anekdote. *GERAM*, 10(1), 100-108.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.

- Fantini, E., & Tamba, R. S. (2020). Mediamorfosis edukasi informal online melalui platform digital sebagai peluang bisnis baru. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 114-127.
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw Hill
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk mencegah covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Irawan, F. B. (2020). *Menyingkap Kualitas Pelayanan Pada Toko Kelontong Aulia Anugerah Pati*.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68
- Kotler, Phiplip. Dan Gary Armstrong. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Edisi 9, Penerbit : Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kerller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education. Jakarta : Erlangga.

Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.

Lestari, D. P. (2015). Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online Di Surabaya Melalui Instagram. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2), 412–424. <https://repository.unair.ac.id/17736>

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.

Mardianti, D. (2019). *Analisis hukum Islam terhadap pemberian Giveaway bersyarat dalam akun Instagram@ sakinaholshopsby* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Pamungkas, F. T. (2018). *Pengaruh Integrated Marketing Communication (Motivasi, Persepsi, Dan Sikap) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V*

*Purwokerto*) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO).

Passandaran, Y. M. (2019). *Mediamorfosis Radar Bandung: Studi deksriptif perkembangan media cetak ke media online pada Harian Pagi Radar Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online@ deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, *1*(1), 12-18.

Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi melalui penggunaan hashtag (# OOTD) di media sosial instagram. *Promedia*, *3*(2), 252-273.

Pritandhari, M., Stats, S. M., & Riani, A. L. (2014). Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Bmt Amanah Ummah Sukoharjo. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, *1*(2), 13875.

Putraka, A. N. A. (2017). Warna Sebagai Pembentuk Estetika Pada Media Promosi Poster Dari Hoineken. *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, *21*(1).

Rachmadayanti, R., Andini, F., Susilo, V. V., & Syahroni, W. S. (2021). Dampak Algoritma Tiktok Terhadap Konsumsi Musik. *Prosiding Serina*, *1*(1), 2069-2076.

- Rahmawati, I. Y. (2016). Analisis teks dan konteks pada kolom opini “Latihan Bersama Al Komodo 2014” Kompas. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 49-57.
- Rasyid, M. H. (2020). Pembelajaran Puisi Secara Daring Dengan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi (Tik Tok) Kelas X Sma Negeri 3 Pati. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PRO SNAMPAS)* (Vol. 3, No. 1, pp. 352-358)
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Riwando, A. (2021). Aktivitas Bakti Sosial Komunitas Motor Crown Maxx Dalam Menghapus Citra Negatif Pada Masyarakat (Doctoral dissertation, UMSU).
- Sandewi, C. J. (2018). Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin–Anton Amanah (Hasanah)(Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Setianingcahya, E. (2017). Transformasi media cetak ke dalam media online (studi deskriptif kualitatif majalah Destinasia di Bandung) (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

- Shafira, Z., & Wulandari, C. (2021). Fenomena Pergeseran Fungsi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun@Brokebutcool\_). *BADATI*, 5(2), 44-54.
- Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 436-446.
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187-192.
- Umar Prayogo, N. (2021). Analisis Framing Robert N Entman Pada Pemberitaan Hoax Seputar "Vaksin Covid 19" Di Media Online Liputan 6. Com Dan Kompas. Com Pada 22 Juni Dan 18 Februari 2021 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur\_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Yanovi, A., & Vildayanti, R. A. (2022). Peranan Consumer Collectives: Brand Communities, Counter Cultures, Resistance Grouping, Shared Lifestyles Terhadap Loyalitas Suatu Produk dan Jasa. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 15-27.

Zakaria, I. 2019. Ini 7 Media Sosial Jadul yang Bikin Rindu jadi Anak Gaul Tahun 2000-an. Idntimes.

#### Website

Bbc.com, 2022. What Is Algorithm?, diakses pada 12 Juli 2022 melalui laman website, <https://www.bbc.co.uk/bitesize/topics/z3tbwmn/articles/z3whpy4>.

Glints.com, 2021. Kupas Tuntas Brand Community, Sekelompok Pelanggan yang bisa Perkuat Bisnismu, diakses pada 18 Juli 2022, <https://glints.com/id/lowongan/brand-communityadalah/#.YtV4VnZBzb0>

Idntimes.com. Ini 7 Media Sosial Jadul yang Bikin Rindu Jadi Anak Gaul Tahun 2000-an, diakses 27 Maret 2022, <https://www.idntimes.com/tech/trend/indra/7-media-sosial-jadul-yang-bikin-rindu-jadi-anak-gaul-tahun-2000-an/7>

Seller-id.tiktok.com. Tiktok Shop Academy, Diakses 19 Juli 2022, [https://seller-id.tiktok.com/university/article/?knowledge\\_id=10005907](https://seller-id.tiktok.com/university/article/?knowledge_id=10005907)

Wearesocial.Com. Digital 2021: The Latest Insights Into The ‘State Of Digital’, Diakses 15 April 2022, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>