

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(2).
- Anggun Sari Sasmita, & Nila Sartika Achmadi. (2022). The Popularity of TikTok and the Implementation of the AISAS Model on Marketing Communications Through TikTok. *Manajemen Bisnis*, 12(01).
<https://doi.org/10.22219/mb.v12i01.17863>
- Angwyn, A. V., Kusuma Negara, I. M., & Sasrawan Mananda, IGPB. (2022). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Tiktok Pada Pantai Indah Kapuk 2 Jakarta. *Jurnal IPTA*, 10(1). <https://doi.org/10.24843/ipta.2022.v10.i01.p01>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1).
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Arianto, N. (2020). Pergeseran Desain Komunikasi di Media Sosial. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 7(1).
<https://doi.org/10.37064/jki.v7i1.7904>
- Arraniri, I., Firmansyah, H., Wiliana, E., Setyaningsih, D., Susiati, A., Megaster, T., Rachmawati, E., Wardhana, A., Yuliatmo, W., Purwaningsih, N., Maliah, M., Mawardiningsih, W., Trisavinaningdiah, A., Arif, M., & Alini, A. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Vol. 1).
- Astuti, E., & Andriani, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2).
- Athoillah, M. A., & Wulan, R. W. (2019). Transformasi Model Pendidikan Pondok Pesantren di Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Nasional*, 2.
- Creswell. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. Bandung: Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati.
- Du, H. S., Xu, J., Tang, H., & Jiang, R. (2022). Repurchase Intention in Online Knowledge Service: The Brand Awareness Perspective. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1). <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1759159>
- Dwipayana, A. A. P., & Maeni, R. (2022). New Media Dan Etika Komunikasi Digital (Upaya Meninjau Prinsip Tanggungjawab Hans Jonas). *Maha Widya*

Duta : Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, Dan Ilmu Komunikasi, 6(1). <https://doi.org/10.55115/duta.v6i1.2082>

- Efianto, M., & Kurnia fadhila, S. (2022). Bentuk Perilaku Keagamaan Remaja Pengguna Tiktok Di Desa Talang Kemang Kabupaten Seluma. *JURNAL MADIA*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/madia.v3i1.4720>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah, Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @ syam _ elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02).
- Gani, A. G. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Gardner, J., & Lehnert, K. (2016). What's new about new media? How multi-channel networks work with content creators. *Business Horizons*, 59(3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.009>
- Harahap, M. N. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Miles Dan Huberman. *Manhaj*, 18(1).
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9). <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.427>
- Kushwaha, B. P., Singh, R. K., Varghese, N., & Singh, V. N. (2020). Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating contents. *Journal of Content, Community and Communication*, 10(6). <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/05>
- Kusumadinata, A. alamsyah. (2019). Fungsi Media Sosial Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Guru Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2). <https://doi.org/10.33884/commed.v3i2.1207>
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Machfoedz, M. (2020). *Komunikasi pemasaran modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- McMullan, J. (2020). A new understanding of 'New Media': Online platforms as digital mediums. *Convergence*, 26(2). <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>

- Munasaroh, S. A. (2021). Budaya Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial Facebook di Era New Media. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i2.309>
- Muqsith, M. A. (2022). *Usabilitas Twitter, Facebook, Youtube, dan Tiktok*. 6(4). <https://doi.org/10.15408/adalah.v6i4.26765>
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3).
- Nizarani, N., Kristiawan, M., & Sari, A. P. (2020). Manajemen Pendidikan Karakter Berbasis Pondok Pesantren. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 9(1). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v9i1.5432>
- Paramesti, E. M., Alamiyah, S. S., & Cahayani, F. Y. (2021). Trend Peralihan Artis Televisi Menjadi Youtube Content Creator. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.2.139-152>
- Pratama, R., & Widiastuti, N. (2021). Pemanfaatan Media Streaming Youtube Oleh ARS TV Sebagai Media Informasi. *JURNAL PETIK*, 7(2). <https://doi.org/10.31980/jpetik.v7i2.1237>
- Priansa, D. J. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Jakarta: CV. Pustaka Setia.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2). <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Redhead, D., & Power, E. A. (2022). Social hierarchies and social networks in humans. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 377(1845). <https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0440>
- Redi, P. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rizal, V. Z. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@BANDUNGMAKUTA) Terhadap Kesadaran Merek. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.291>
- Rohimah, A., & Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12010>
- Rosário, A. T., & Dias, J. C. (2023). Marketing Strategies on Social Media Platforms. *International Journal of E-Business Research*, 19(1). <https://doi.org/10.4018/IJEER.316969>

- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5). <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- shamami, R. B., & Kheiry, B. (2019). The Effect Of Marketing Mix And After Sales Service Toward Brand Equity. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 22(1). <https://doi.org/10.14414/jebav.v22i1.1671>
- Steven, S., & Pribadi, M. A. (2022). Ekologi Media pada Generasi Z (Studi Kasus Penggunaan Instagram Mahasiswa Universitas di Jakarta Barat). *Koneksi*, 6(1). <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.10674>
- Subani, M., Ramadhan, I., Syah Putra, A., & Al Muslim, A. (2021). Perkembangan Internet of Think (IOT) dan Instalasi Komputer Terhadap Perkembangan Kota Pintar di Ibukota DKI Jakarta. *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 5(1).
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Surya, F., & Sukendro, G. G. (2019). Komunikasi Pemasaran The Watch Co dalam Meningkatkan Brand Awareness di Sosial Media. *Prologia*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3597>
- Syahrizal, A., & Anita, E. (2021). Analisis Manajemen Keuangan Pondok Pesantren (Studi Pada Pondok Pesantren Isti'dadul Mu'allimien Jambi). *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 2(1). <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i1.12777>
- Uribe, R., Buzeta, C., Manzur, E., & Celis, M. (2022). Celebrity endorsement using different types of new media and advertising formats. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 35(3). <https://doi.org/10.1108/ARLA-08-2021-0167>
- Wang, R., & Chan-Olmsted, S. (2020). Content marketing strategy of branded YouTube channels. *Journal of Media Business Studies*. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1783130>
- Yujie, Z., Al Imran Yasin, M., Alsagoff, S. A. B. S., & Hoon, A. L. (2022). The Mediating Role of New Media Engagement in This Digital Age. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.879530>

Sumber Website

- Arifin, R. D. (2023). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. <https://dianisa.com/>

- Curry, D. (2023). *TikTok App Report 2023: Insights, Data and Statistics - Business of Apps*. <https://www.businessofapps.com/data/tiktok-report/>
- Cyca, M. (2022). *24 Important TikTok Stats Marketers Need to Know in 2022*. Hootsuite.
- McLachlan, S. (2023, April 13). *50+ Important TikTok Stats Marketers Need to Know in 2023*. <https://blog.hootsuite.com/tiktok-stats/>
- Pangestu, I. (2022). *Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya, Jasa Pembuatan Website - Metafora Indonesia Tehnology*. <https://idmetafora.com/>
- Yanuar, D., 2022. *Tribunnews.com*. [Online]
Available at: <https://style.tribunnews.com/2022/07/07/mengenal-algoritma-aplikasi-sosial-media-tiktok-youtube-facebook-instagram-hingga-twitter>
[Diakses Kamis Juli 2022].