



DAFTAR PUSTAKA

- Andini, I. 2014. Komunikasi Interaktif, Komunikasi Antarpersona, dan Komunikasi Massa. wordpress. <https://intanandini209.wordpress.com/2014/12/13/komunikasi-interaktif-komunikasi-antarpersona-dan-komunikasi-massa-2>
- 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 Jawafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Hafif Rafi Andhika, M., Radja Erland Hamzah, Mukka Pasaribu, & Citra Eka Putri. 2022. Pemanfaatan Aplikasi *Tiktok* Sebagai Media Promosi @suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2427>
- Hilda, A. 2017. Fortuna - Menggerakkan *Brand Value* dengan Menggunakan *Integrated Marketing Communications Agency - Integrated Strategic Creative Advertising Communication Agency* Jakarta Indonesia. Fortuna. <https://foru.co.id/id/blog/2017/05/29/driving-brand-value-using-integrated-marketing-communications/>
- Mumaz, Z. S., & Saino, S. 2021. Pengaruh penggunaan aplikasi *tiktok* sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i2.9716>
- Musnaini, Junita, A., Rekan. 2020 .Digital Business. CV.Penapersada. https://www.researchgate.net/profile/hadion-wijoyo/publication/344162847_digital_business/links/5f5753c0a6fdcc9879d644c7/digital-business.pdf
- Nandy. 2022. Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya—GamediaLiterasi.Gamedia.com. <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Nirmala Sari, I. 2023. Sejarah *TikTok* dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia-ProfilKatadata.co.id.Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia/>
- Patty, A. D. P. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media *Tiktok* Dalam Membangun *Brand Image* Rolag Café Surabaya. *Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(01), 43–51. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1622/735>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PPM, S. 2022. AISAS Model *Marketing* di Era Digital. *PPM School of Management*.
<https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/>

Puji Hastuti, A. 2023. Pengertian, Manfaat, dan Cara Mengelola *TikTok* Bisnis BagiUMKM.Kelas.work.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Rita Fiantika, F., & Dkk.2022. Metodologi penelitian kualitatif. : PT. Global Eksekutif Teknologi.

Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia - Profil
Kata data.co.id.2023,March6.Kata data.co.id.
<https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>

we are social. (2021, October 21). *Social media users pass the 4.5 billion mark*. We Are SocialSingapore. <https://wearesocial.com/sg/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>

ang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin IBKKG.