

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, F., Fadli, M. R., Suherman, N., & Prawira, I. F. A. (2024). *Analisis pengaruh strategi pemasaran melalui TikTok terhadap minat beli konsumen: Studi literatur*. Jurnal Bisnis Mahasiswa (JBM), 4(1), 14–24.
- Arnetta, D. A. P., & Haryono, C. G. (2025). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai platform pemasaran digital pada akun @dododots.by.zen. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1095–1107.
- Deden Ramdan, Komunikasi Pemasaran Terpadu, ISBN , CV. Kimfa Mandiri Bandung , 2026.
- Febriyanti, Yeni., Suryasuciramdhan, Arfian., Zulfikar, Meiby., Nurhasanah, Samsiah., & Amalia, Dian Utami. (2024). *Penggunaan Media Sosial Tiktok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online*. Jurnal Professional, 11(1), 341–350.
- Halodoc. (2025). *Apa itu media sosial: Ini fungsi, jenis, manfaat, dan dampaknya*. Halodoc. Diperoleh melalui [https://www.halodoc.com/artikel/apa-itu-media-sosial-ini-fungsi-jenis-manfaat-dan-dampaknya?srsltid=AfmBOorJeU3APygQy3ZIJ4Ce8FtfHIPTUVy6H\\_ZsfHuRdJ718HeLG3Iz](https://www.halodoc.com/artikel/apa-itu-media-sosial-ini-fungsi-jenis-manfaat-dan-dampaknya?srsltid=AfmBOorJeU3APygQy3ZIJ4Ce8FtfHIPTUVy6H_ZsfHuRdJ718HeLG3Iz) diakses pada tanggal 10 Februari 2026.

- Humas Indonesia. (2023). *5 karakteristik media sosial menurut Mayfield*. Humas Indonesia. Diperoleh melalui <https://humasindonesia.id/berita/5-karakteristik-media-sosial-menurut-mayfield-1640> diakses pada tanggal 11 Februari 2026.
- Nouvan. (2026). *Indonesia jadi negara pengguna TikTok terbanyak di dunia 2025*. Dataloka.id. Diperoleh melalui <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/> diakses pada tanggal 4 Februari 2026.
- Nurijadi, B., Irawan, N., Fransiska., & Ambarwati. (2024). Strategi komunikasi pemasaran terpadu melalui media sosial Instagram “Nona Judes”. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 259–270.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6).
- Rais, Nabila Mutiara. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan oleh Restoran Iga Bakar Bali, Yogyakarta*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
- Tempo.co. (2023). *Mengenal TikTok, aplikasi media sosial yang populer di dunia*. Tempo.co. Diperoleh melalui <https://www.tempo.co/ekonomi/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia-117339> diakses pada tanggal 11 Februari 2026.

Tsurvey.id. (2025). *Subjek penelitian: definisi, contoh, dan perbedaannya dengan objek penelitian*. Tsurvey.id. Diperoleh melalui <https://tsurvey.id/portal/subjek-penelitian-definisi-contoh-dan-perbedaannya-dengan-objek-penelitian> diakses pada tanggal 15 Februari 2026.

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37.