

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10, 438-443.
- Afdhal & Arman, Z. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Ukas (ed.)). CV Gita Lentera.
- Akbar, F., Dewi, H., & Sukarson, A. (2024). PERAN TIKTOK DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN MILENIAL DAN GEN Z.
- Asari, A. & Agitha, N. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (D. P. Sari & F. D . Dwarta (eds.)). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Arianto, B. (2023). Kebermanfaatan media sosial bagi generasi internet: Studi fenomenologi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
<https://doi.org/10.33021/exp.v6i1.4185>
- Bu'ulolo, W., & Hulu, M. K. (2025). Peran media sosial dalam meningkatkan atau menghambat produktivitas mahasiswa. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 51-59.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2008). *Pengantar ilmu komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.<https://id.scribd.com/document/481330337/ILMU->

KOMUNIKASI-Teori-dan-Praktik-Prof-Drs-Onong-Uchjana-Effendy

Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19.

Jurnal Dakwah, 22(1), 105-130. <https://doi.org/10.14421/Jd.22.1.21.4>

Fadhlan, M. H., Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh gaya komunikasi akun Instagram

Folkative terhadap online engagement (studi kasus mahasiswa Ilmu

Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019).

Komunikologi:Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 18(1), 48-53.

<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/download/299/>

229

Ghozali, I. (2021), Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26

edisi 10.

Griffin, E. (2011). *A First Look at Communication Theory* (8th ed). New York:

McGraw-Hill.

Hafiz, R. Y. (2026). Pengaruh gaya komunikasi akun Instagram Cretivox terhadap

tingkat social media engagement. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(1), 1-

20. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view4499/3326>

Herlina & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Khaim (ed.)).

CV Basya Media Utama.

Kari, R., Simanungkalit, O. A. F., Hawari, M., Handayani, H., Pratiwi, B., &

Andrian, N. (2024). *Analisis wacana Van Dijk pada media sosial TikTok:*

Dampak dan potensi penggunaan berkala untuk butuhan media. Jurnal Ilmu

Komunikasi,

6(1),

136-148

<https://jurnal.idebahasa.or.id/index.php/article/view/208/106>

- Kast, E, Fremon, Rosenzweig, E. Jemes (1995). *Organisasi Dan Managemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media. USA: The McGraw Hill companies*.
- Lestari, N. P., Ray, M. S., Salsabila, L., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh gaya komunikasi dalam konten YouTube Nadia Omara terhadap loyalitas penonton. *Jurnal Pendidikan*, 5(2), 15863-15871.
<https://joecy.org/index.php/joecy>
- Luik, J. (2020). *MEDIA BARU Sebuah Pengantar*. Kencana.
- Lister, M. & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Mudjiyanto, B., Sukmaranti, G., Lusianawati, H., & Launa. (2023). Analisis gaya komunikasi dan gaya kepemimpinan dua presiden legendaris Indonesia. *JIKA (Jurnal Komunikasi Andalan)*, 6(2), 155-177.
<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Mahdiyyah, S., & Hendriyani, C. T. (2025). Pengaruh kredibilitas dan gaya komunikasi Rania Yamin terhadap minat berkain followers Instagram @raniaayamin. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(1), 115-124.
<https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Milyane, T. M. & Rochmansyah, E. (20022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A.

- Masruroh (ed.)). Widina Bhakti Persada.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). Sage Publications.
- Nabila, S., & Febriana, P. (2025). Analisis Gaya berkomunikasi online influencer Vania Winola melalui akun TikTok @Vania. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 5(1), 92-106.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2273>
- Nouvan. (2026, February 15). *Indonesia jadi negara pengguna TikTok terbanyak di dunia 2025*. Dataloka.id. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. Siti Nurbya, Ed.; Cetakan keempat). Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nabila, A. R., & Sugandi, M. S. (2020). Pengaruh perilaku menonton tayangan kekerasan terhadap agresivitas penonton remaja (Studi eksplanatif menonton tayangan kekerasan dalam film *joker* terhadap agresivitas penonton remaja di DKI Jakarta. *SCRIPTURA*, 10(2), 77-84.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.77-84>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*,

3(1), 71-80.

- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). *Media sosial sebagai media pergeseran interaksi sosial remaja*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 1-10. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/download/422/204>
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 206. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1180306/256>
- Rohmatuszakiah, F., Yahya, A. H., & Jufrizal. (2026). *TikTok sebagai medium jurnalisme: Analisis narasi berita dalam format video pendek di @Metro_Tv*. Journal of Innovation and Creativity, 6(1), 5419-5423. <https://joecy.org/index.php/joecy>
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Edisi revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology*. The Free Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Saphiere, D. H., Barbara K. M., & Basma, I. D. (2005). *Communication Highwire: Leveraging The Power of Diverse Communication Styles*. Boston. Intercultural Press.

- Salsabila, A. F., & Rehnaningtyas. (2024). Pengaruh revolusi industri 4.0 terhadap hubungan komunikasi antarmanusia dalam implikasi perubahan sosial di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1), 68-87.
<https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i1.1180>
- Sianipar, E. M. (2025). HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON DAN TINGKAT KETERTARIKAN KONTEN DENGAN LOYALITAS PENONTON PADA KANAL YOUTUBE KOMPAS TV JAWA TENGAH. *Interaksi Online*, 13(2), 1108-1123. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/50371>
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2012). *Human communication: Prinsip-prinsip dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Utami, N. F., & Yulianti, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2), 311.
<https://doi.org/10.29313/bespr.v2i2.3334>
- Wulan, A., Sampurna, A., Hasibuan, W. H., Fadhali, R. H., Wahyudi, I. D., Hasibuan, R. L. A. (2024). Peran dan Fungsi media sosial di era digital bagi Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4801-4807.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/13126/10080/24132>
- We Are Social. (2025). *Persentase total pengguna media sosial di Indonesia*.