

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). *Survei Pengguna Internet APJII*;
- APJII, A. P. (2018). *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia survei 2018*. Diambil kembali dari APJII: <https://apjii.or.id/survei2018/download/94IpUV5Kjaqnt3GdHWFwMvOE6hZiuJ>;
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *jurnal Komunikasi*, 3 (2), 1-16;
- Bohang, F. K. (2018, Juli Selasa). *Tik Tok Diblokir di Indonesia karena Dinilai Negatif untuk Anak*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/03/18503327/tik-tok-diblokir-di-indonesia-karena-dinilai-negatif-untuk-anak>;
- Bohang, F. K. (2021, Desember Rabu). *Tekno Kompas*. Diambil kembali dari <https://tekno.kompas.com/>: <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/03/18503327/tik-tok-diblokir-di-indonesia-karena-dinilai-negatif-untuk-anak>;
- Cangara, H. (2014). *Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi* (hal. 64). Jakarta: Rajawali Pers;
- Creeber & Martin, R. (2009). *Digital Cultures : Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press;
- Dikti, K. (2018). *Hasil Utama Ristek*. Jakarta;
- Effendy, O. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti;
- George, A., & Bennet, A. (2005). *Case Studies and Theory Development in The Social Sciences*. Cambridge: MIT Press;
- Haenlein, M., & Kaplan M, A. (2010). Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media. Dalam *Business Horizons* (hal. 61). Washington DC: Elsevier Ltd;
- Henderi. (2007). *Analysis and Designed System with Unified Modeling Language*. Tangerang: STMIK Raharja;

- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi akun Instagram @sumber_rancak sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *JOM FISIP UNRI*, Vol.4, No.2 Hlm. 9;
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga;
- Hidayat, D. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia;
- Hootsuite. (2019). *We Are Social : Indonesian Digital Report*. Jakarta;
- Irwanto. (2017). Media sosial penguat eksistensi budaya populer. *Ilmu Komunikasi*;
- Kaplan, A.M. dan Haenlein, M. . (2010). An Exploratory Study on the Electronic Word of Mouth Communication in Promoting Brand in the Online Platforms. *Intelligent Information Management*, Vol. 8 No.5, 53,59-68;
- Kemenristek. (2018). *Hasil Utama Ristek*. Jakarta;
- Komara, K. N. (2021, Desember Rabu). *Pikiran Rakyat* . Diambil kembali dari [www.pikiran-rakyat.com: https://www.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-01333748/5-alasan-tiktok-jadi-melejit-akhir-akhir-inisejumlah-selebgram-makin-eksis-buat-video](https://www.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-01333748/5-alasan-tiktok-jadi-melejit-akhir-akhir-inisejumlah-selebgram-makin-eksis-buat-video);
- Kominfo. (2017). *Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta orang*. Jakarta: Kominfo.com;
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2014). *Principilple Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall;
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Management* . United States of America: Pearson;
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Humaniora*, 53-61;
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Produk. *Humaniora*, 53-61;
- Maryati Kun, Suryawati Juju. (2001). *Sosiologi untuk SMA dan MA Kelas XI 2*. Jakarta: Erlangga;
- Moeloeng, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset;
- Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia;
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya;
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media;
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media;
- Novi, H. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumber-rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *JOM FISIP UNRI*, 9;
- Perrin, A. (2015). *Social Media Usage*. Washington DC: Pew Internet;
- Prabowo, R. C. (2013, Mei 25). <https://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/55287e8af17e615a548b45c3/manfaat-media-online-media-baru-new-media>. Diambil kembali dari <https://www.Kompasiana.com>;
- Puntoadi, D. (2011). *meningkatkan penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama;
- RI, T. P. (2014). Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI. *Kementerian Perdagangan RI*, 26;
- Riyadi, S., & Widuri, H. (2015). *Kebutuhan dasar manusia aktivitas istirahat diagnosis nanda*. Yogyakarta: Gosyen Publishing;
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa;
- Sastropoetro, R. (1990). *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya;
- Sorrells, K. (2015). *Intercultural Communication. Globalization and Social Justice (2nd edition)*. London: Sage Publication;
- Sudiyatmoko, R. (2015). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Yogyakarta: Gosyen Publishing;
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta;
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta;

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta;
- Sumadiria, A. (2008). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature : Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media;
- TikTok. (2020, Juni 19). *newsroom*. Diambil kembali dari newsroom.tiktok: <https://newsroom.tiktok.com/in-id/for-you-page>;
- Triastuti, E. D. (2017). *Kajian Dampak Pengguna Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: Pusakom FISIP UI;
- Websindo. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Media Sosial*. Diambil kembali dari Websindo: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>;
- Wirawan. (2012). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat;
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49;
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Taking TikTok as an Example. *Analysis of the Reason and Development of Short Video Application*, 340-343;
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media;