

DAFTAR PUSTAKA

- 5 Istilah TikTok yang Wajib Kamu Ketahui! (2020).
- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Apa itu Era Digital? Mengetahui Arti dan Dampak Era Digitalisasi. (2020).
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 Yogyakarta In The Pandemic Time Of Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Pariwisata Dan Budaya*, 12, 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Fithriya, D. N. L. (2020). *CAPAIAN UNGGAHAN KONTEN AKUN INSTAGRAM GEMBIRA LOKA ZOO (GLZOO) YOGYAKARTA TERHADAP ONLINE ENGAGEMENT PADA MASA PANDEMI COVID-19 Dwi Nur Laela Fithriya Pendahuluan*. 15(1), 81–102.
- Hidayat, T. (2021). Hancurnya Etika dan Moral oleh Joget TikTok.
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>
- Karin, P., Larasati, P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). *Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital (Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age)*. 1, 1–8. Diambil dari <https://eproceeding.isidps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102/89>
- Nabilah, I. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi Bisnis. *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi bisns*, (1211800240).
- Nurrohman, T. (2019). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING KOMUNITAS #AYOKEDAMRAMAN SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DAM RAMAN KOTA METRO. *SKRIPSI*.
- Nusantara, C. A. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE MELALUI APLIKASI TIKTOK. *SKRIPSI*.
- Oka, I. G., Iswari, I., Rs, F., Bp, I., & Ms, L. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. *Prapanca Jurnal Abdimas*, 01(01), 60–68.

- Pamungkas, E. D. & I. N. A. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *e-Proceeding of Management*, 5(1), 1335.
- Pamungkas, R. T., & Djulaeka. (2019). Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394–423.
- Prasetyo, W. (2020). Apa Itu TikTok dan Cara Pakainya | BukaReview.
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 59–70. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.118>
- Pusparisa, Y. (2020). Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Bukan yang Pertama.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*.
- Rizkiageng, E. (2020). *Misteri Sate Kampret (Studi Kasus Pada Warung Sate Kampret)*. 1661020.
- Rofiah, C., & Bungin, B. (2020). QUALITATIVE METHODS :SIMPLE RESEARCH WITH TRIANGULATIONTHEORYDESIGN. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Septiano. (2017). Apa Itu Digital Marketing ? Pengertian dan Konsep Dasarnya.
- Shintowati, A. R. (2020). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram(Studi Deskriptif Pada Akun @basratravel)*.
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014b). 2014.
- TikTok Ads Tren Baru untuk Promosi Bisnis. (2021).
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>

