

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Campbell, T. (1994). *Tujuh Teori Sosial, Sketsa, Penilaian, dan Perbandingan*. (F. Budi Hardiman. Terjemahan). Yogyakarta: Kanisius.
- Daryanto, & Rahardjo, M. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hovestadt, C., Recker, J., Richter, J., & Werder, K. (2021). *Digital Responses to Covid-19*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-66611-8>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Limited.
- Moleong. (2009). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Saekan, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kudus: Nola Media Enterprise.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Varinder, T. Kanwar, P. (2021). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.

JURNAL

- Berger, J., & Milkman, K. L. (2018). Emotion and Virality: What Makes Online Content Go Viral? *GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), 18–23. <https://doi.org/10.2478/gfkmir-2014-0022>
- Cohen, E. L. (2014). What makes good games go viral? the role of technology use, efficacy, emotion and enjoyment in players' decision to share a prosocial digital game. *Computers in Human Behavior*, 33, 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>
- Dijck, V., Jose, & Poell. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1).

- Dobele, A., Lindgreen, A., Beverland, M., Vanhamme, J., & van Wijk, R. (2007). Why pass on viral messages? Because they connect emotionally. *Business Horizons*, 50(4), 291–304. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.01.004>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1), 1–13. Diambil dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kwon, E., English, A. E., & Bright, L. F. (2021). Social Media Never Sleeps: Antecedents and Consequences of Social Media Fatigue among Professional Content Creators. *The Journal of Social Media in Society*, 53(1), 150–172. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Luik, J. E. (2010). Media Sosial dan Presentasi Diri.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I04.12429>
- Putri, D., & Adawiyah, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Subagiyo, Nola Aisyah. Aesthetika, N. M. (2023). Motives for Using Tiktok among Communication Studies Students at Muhammadiyah University of Sidoarjo, 5, 1–9.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era

Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. Diambil dari karyailmiah.unisba.ac.id

Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–14.

Valiant, V. (2020). Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @ iben _ ma). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (September), 1–21. Diambil dari [http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan_Konten_Tiktok_sebagai_Media_Informasi.pdf)

Venus, A. (2013). Fenomenologi Komunikasi Perkawinan Antarbudaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 2(2), 1–82. Diambil dari <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/2548>

SKRIPSI

Angelina, S. N. (2020). *Pembuatan Kontent dan Editor untuk Instagram dan Youtube@ Banggasurabaya" Gerakan Mencuci Tangan" di Humas Pemerintahan Kota Surabaya*. Univesitas Dinamika. Diambil dari <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5159/>

Ramby, K. (2022). *Konsistensi Kreator Konten Tiktok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomor Satu Di App Store*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Surawattanawises, T. (2021). *Factors Influencing Thai Digital Content Creators On Content Creation : A Case of The Tiktok Platform*. Mahidol University.

WEBSITE

Aini, A. (2022). 7 Cara Menjadi Content Creator TikTok yang Harus Kamu Ketahui. Diambil 5 Oktober 2022, dari https://glints.com/id/lowongan/cara-menjadi-content-creator-tiktok/#.Y7rJ_XZBzIW

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media and Technology 2018*. Diambil dari <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

Annur, C. M. (2022). Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah, Ini Data

- Terbaru. Diambil 25 September 2022, dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbaru#:~:text=Menurut laporan Business of Apps,%2FMAU\) di seluruh dunia.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbaru#:~:text=Menurut laporan Business of Apps,%2FMAU) di seluruh dunia.)
- Budiansyah, A. (2020). Deretan Fitur TikTok Yang Wajib Kamu Coba, Simak Nih! Diambil 20 Desember 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200221163748-37-139654/deretan-fitur-tiktok-yang-wajib-kamu-coba-simak-nih>
- Dwi, A. (2022). 50 Istilah Populer di TikTok : Kiyowo, Keranjang Kuning, dan Lainnya. Diambil 20 Desember 2022, dari https://tekno.tempo.co/read/1647949/50-istilah-populer-di-tiktok-kiyowo-keranjang-kuning-dan-lainnya?page_num=2
- Henry. (2022). Konten Hiburan, Edukasi, dan Komedi Jadi yang Paling Digemari di TikTok Sepanjang 2021. Diambil dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4857109/konten-hiburan-edukasi-dan-komedi-jadi-yang-paling-digemari-di-tiktok-sepanjang-2021>
- Janati, F. (2021). Daftar Lengkap Pemenang TikTok Awards Indonesia-2020. Diambil 8 Juli 2023, dari <https://www.kompas.com/hype/read/2021/02/01/134626466/daftar-lengkap-pemenang-tiktok-awards-indonesia-2020>
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: July Global Statshot Report. Diambil 20 September 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot>
- Krisdamarjati, Y. A. (2022). TikTok Lampau Google, Dinamika Tren Konten Digital 2022. Diambil 5 Oktober 2022, dari <https://www.kompas.id/baca/bebas-akses/2022/01/22/tiktok-lampau-google-dinamika-tren-konten-digital-2022>
- Kurniadi, M. R. P. (2020). Apa sih arti “viral” yang sebenarnya? Diambil 14 Juli 2023, dari <https://medium.com/@mrizkypk/apa-sih-arti-viral-yang-sebenarnya-83061aaf56bd>
- Mohsin, M. (2022). 10 TikTok Statistics That You Need To Know In 2022. Diambil 25 September 2022, dari <https://www.oberlo.com/blog/tiktok->

statistics

- Rakhmayanti, I. (2020). Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y. Diambil 25 September 2022, dari <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Temposiana. (2021). TikTok Dukung Kreator dalam Kembangkan Potensi Diri. Diambil 8 Juli 2023, dari <https://temposiana.com/tiktok-dukung-creator-dalam-kembangkan-potensi-diri-2/>
- Wardani, A. S. (2022). TikTok Perpanjang Durasi Video hingga 10 Menit. Diambil 20 Desember 2022, dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4899921/tiktok-perpanjang-durasi-video-hingga-10-menit>