

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso, G. P. (2017). Karakteristik Penggunaan Pelaku Perjalanan Dalam Pemilihan Moda Transportasi Pekerja Di Kota Jakarta Barat. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 73. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2016.111.260>
- Aisyah, V. N. (2020). Analisis Pesan Persuasif Kelompok Cyberprotest di Twitter. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 182. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1906>
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304–311. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15499>
- Aulia, K., Wardinasahira, P., Cintani, N. L., Nisrina, N. A., & Sholihatin, E. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui Tiktok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(2), 146–155. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i2.230>
- Bruno, P., Melnyk, V., & Völckner, F. (2017). Temperature and emotions: Effects of physical temperature on responses to emotional advertising. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 302–320. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.08.005>
- ByteDance. (2024). *History of ByteDance*. Website. <https://www.bytedance.com/en/>
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Eaton, L. S. (2021). Persuasive Communications. In *Academic Researches in Health Sciences* (pp. 386–397). Recep Efe and Emin Atasoy. <https://doi.org/10.4324/9781003233909-10>
- Effendy, O. U. (1986). *Dinamika Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Electronic Registration Identification. (2024). *JUMLAH DATA KENDARAAN POLDA METRO JAYA*. Website. <http://rc.korlantas.polri.go.id:8900/eri2017/laprekappolres.php?kdpolda=6&poldanya=METRO JAYA>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Fuady, I., Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Factor Analysis That Effect University Student Perception in Untirta About Existence of Region

- Regulation in Serang City. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.
- Ginting, R., Yulistiyo, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., Ardiansyah, T. E., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing* (R. Fauzi (ed.); 1st ed.). PENERBIT INSANIA.
- Hakim, F., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1.862>
- Handayani, S., Afrianti, D. A., & Suryandari, M. (2021). Implementasi Kebijakan Angkutan Umum di DKI Jakarta. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik, Volume 2 N(1)*, 19–28. <https://jurnal.poltradabali.ac.id/jttl/article/view/30>
- Haryanti, T., Kurniawan, A. I., & Prasetyo, E. (2024). Peran Transportasi Berbasis MRT Dalam Mendukung Mobilitas Cerdas Kota Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 888–898.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Huda, A., & Ardi, N. (2021). *Teknik Multimedia dan Animasi*. UNP PRESS.
- Hype Auditor. (2024). *Influencer Profile Check*. Website. <https://app.hypeauditor.com/my-network/influencer/880563/analytics/tiktok/cecilianov>
- Iswanto, S. (2022). *Ensiklopedi Transportasi: Menggunakan Kendaraan Umum*. Penerbit Mutiara Aksara.
- Jerin, S. I., O'Donnell, N., & Mu, D. (2024). Mental health messages on TikTok: Analysing the use of emotional appeals in health-related #EduTok videos. *Health Education Journal*, 83(4), 395–408. <https://doi.org/10.1177/00178969241235528>
- Kalodata. (2024). *TikTok Statistik 2024: Data, Tren, dan Wawasan Pemasaran yang Perlu Anda Ketahui*. Website. <https://www.kalodata.com/id/blog/2024/07/tiktok-statistik-2024-data-tren-dan-wawasan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/>
- Kemal, M. Y., & Ernungtyas, N. F. (2020). *Pengaruh Kampanye #UbahJakarta oleh Pt Mrt Jakarta Terhadap Niat Menggunakan Transportasi Publik Di Jakarta*. 20(1).
- Khanna, P. (2016). A Content Analysis of Emotional and Rational Appeals in Selected Products Advertising. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences* (ISSN 2455-2267), 4(3), 568. <https://doi.org/10.21013/jmss.v4.n3.p7>

- Kotler, P., Armstrong, G., Adam, S., & Denize, S. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Kumara, A. R. (2019). *Komunikasi Antar Pribadi*.
- Lestari, M. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit Di PT. Adira Finance Pekanbaru. *Jom FISIP*, 4(2), 1–14. <https://media.neliti.com/media/publications/116461-ID-strategi-komunikasi-persuasif-dalam-mena.pdf>
- Meifitri, M. (2020). Fenomena “Influencer” Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi “Zoomer.” *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 84. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v2i2.11772>
- Mustikarani, W., & Suherdiyanto. (2016). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kemacetan Lalu Lintas Di Sepanjang Jalan H Rais a Rahman (Sui Jawi) Kota Pontianak. *Jurnal Edukasi*, 14, 143–155.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st-century* (6th ed.). Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.1177/1464884920938936>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. (19th ed.). Advances in Experimental Social Psychology. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Purnama, W., & Ummah, A. H. (2024). TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH PERSUASIF: ANALISIS MANAJEMEN TIKTOK RADIO NINA BAYAN SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 155–171.
- Purnamasari, D., & Sukendro, G. G. (2024). Analisis Pesan Persuasif dalam Kreativitas Iklan BCA “ Anggun Ketipu ? # AwasModus .” 324–333.
- Retnawati, L., Saurina, N., Pratama, F. H. S., Praseitya, N. I., & Karyanto, N. W. (2023). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Interaktif dengan Memaksimalkan PowerPoint bagi Guru SDN Kemayoran 1 Bangkalan. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 7(1), 45–52. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2023.v7i1.2157>
- Sakinah, O., & Sjafrizal, T. (2024). Intelektiva Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Witter Oleh Pt Transportasi Jakarta. *Jurnal Intelektiva*, 6(2), 35–45.
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From

- Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 15, 1437–1457.
- Shukor, M. S., Sulaiman, Z., Chin, T. A., & Zakuan, N. (2016). The effect of emotional versus rational appeal in advertising on malaysian consumers' purchase intention of hybrid car. *ARPJ Journal of Engineering and Applied Sciences*, 11(24), 14106–14111.
- Simons, H. W. (1976). *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Sitanggang, R., & Saribanon, E. (2018). Faktor-Faktor Penyebab Kemacetan Di Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 4(3), 289–296.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.
- Sulistyastuti, I. A. A. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GOJEK DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN (Studi Kasus Gojek di Wilayah Ponorogo). *Skrripsi*.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Suryana, A. (2019). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *Universitas Terbuka*, 1–51.
- Swantari, A., Festivalia, F., Wicaksono, H., Hendradewi, S., & Haryono, J. (2023). Travel to The City of Jakarta Using Public Transportation. *TRJ Tourism Research Journal*, 7(2), 199. <https://doi.org/10.30647/trj.v7i2.236>
- Syaifillah, F., & Amaranggana, K. (2023). Pemanfaatan Akun Instagram @Darihalte_Kehalte Sebagai Media Promosi Wisata Kuliner. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 44–51. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.100>
- Syarifah, A. U., & Sahara, S. (2023). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Pribadi Terhadap Angkutan Umum Mikrotrans Jaklingko Di Wilayah Tanjung Priok. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 562–568. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.1982>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga E-Marketing*. CV Andi Offset.
- Tomtom Traffic Index. (2024). *Jakarta Traffic in 2023*. Website. <https://www.tomtom.com/traffic-index/jakarta-traffic/>
- Tyas, S. P., Azzahra, N., Ifada, B. M., & Fajarwati, N. K. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>

- Wahyuni, A., & Mudjanarko, S. W. (2020). *Transportasi Publik: Dari Sisi Perempuan*. PT Scopindo Media Pustaka.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Your ultimate guide to the evolving digital world*. Website. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Widiastuti, T. (2017). *Analisis Elaboration Likelihood Model dalam Pembentukan Personal Branding Ridwan Kamil di Twitter*. 5(021), 5261448. <http://databoks.katadata>.
- Yudha Amriel, E. E., & Ariescy, R. R. (2022). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1–10. <https://doi.org/10.52447/mmj.v9i2.5555>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana Prenada Media Group.
- Zain, N. L. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>
- Zhang, H., Sun, J., Liu, F., & Gordon Knight, J. (2014). Be rational or be emotional: advertising appeals, service types, and consumer responses. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2105–2126.