

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2021). *Metodologi penelitian sosial dan hukum*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Aripai, R., & Hilmiyah, M. (2025). Respons Audiens Terhadap Isu-Isu Kontroversial pada Akun Instagram Pinrang_info. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(2), 1073–1082. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1247>
- Biniecki, S. Y., & Conceição, S. C. O. (n.d.). *World Affairs Education : Past Experience , Culture , and Meaning Making*.
- Cresswell, (2018). Writing center talk over time: A mixed-method study. In *Writing Center Talk over Time: A Mixed-Method Study*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237>
- Harahap, F. H. (2023). Viral marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm) halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1448–1456.
- Hermawan, K. D. (2025). *Bimbingan keluarga sakinah untuk mengurangi angka perceraian: Penelitian di Kantor Urusan Agama Kecamatan Rancasari*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Moedasir. (2023). Pelatihan Digital Marketing, Teknik Foto Produk Dan Pengolahan Minyak Jelantah Di Dukuh Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY. *HIKMAYO: Jurnal Pengabdian Masyarakat Amayo*, 2(2), 70–88.
- Narto, S., & Rizky, R. I. (2023). Tiktok Menjadi Trend 2022 di platform sosial media. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 3(1), 101–114.
- Nasrullah, R. (2023). *M Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi Revisi). Simbiosis Rekatama Media. Nurfajriani, W. V.

- Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
- Ratna, S. (2019). *Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran*. 3, 81–96.
- Sodiq. (2022). *Analisis Jurnalistik Pada Unggahan Akun Instagram@ Cimahikota Dalam Penyampaian Informasi*. Universitas Komputer Indonesia
- Srikandi, M. B. (2023). Audiens sebagai gatekeeper pada media sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179–192.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). *Metode penelitian bagi pemula*. Penerbit Widina.
- Zeng et al., (2023). *Perilaku Konsumen*. 1, 9–29.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890.