

## DAFTAR PUSTAKA

Alberts, J. K., Nakayama, T. K., & Martin, J. N. (2019). *Human Communication in Society* (5th Editio). Pearson Education,Inc.

Aldino, A. P. (2024). *Pemilu 2024, TikTok, dan Partisipasi Semu*. Detik.Com. <https://news.detik.com/kolom/d-7260093/pemilu-2024-tiktok-dan-partisipasi-semu#:~:text=Menurut laporan We Are Social%2C pada Januari 2024,dengan jangkauan iklan TikTok terluas ke-2 di dunia.>

Andari, D. N., Robbani, H., & Alianny, A. (2023). Overview of Tiktok Live Streaming Host Talent Engagement and Earning Commissions. *Focus*, 4(2), 101–111. <https://doi.org/10.37010/fcs.v4i2.1247>

Anjani, A. (2021). *Apa Beda Komunikasi Verbal dan Non Verbal? Ini Penjelasan dan Contohnya*. Detik.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5843509/apa-beda-komunikasi-verbal-dan-non-verbal-ini-penjelasan-dan-contohnya>

Annur, C. M. (2022). *Jaringan Tak Stabil, Jadi Kendala Utama Masyarakat Indonesia dalam Mengakses Aplikasi Digital*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/14/jaringan-tak-stabil-jadi-kendala-utama-masyarakat-indonesia-dalam-mengakses-aplikasi-digital>

Annurrisa, V., & Wijayanti, Q. N. (2024). Hambatan Komunikasi Antarbudaya Di Kalangan Mahasiswa Asli Madura Dan Pendetang Di Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 256–269.

- Ardiansyah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda Rohita. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 169–180.  
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2586>
- Arjuna, B., Mulyadi, B. S., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Ardana, R. A. Z., Hanafi, R., & Khaerani, S. (2024). *Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di*. 3(1), 117–127.
- Armavillia, K. E. (2023). *Negara Dengan Pengguna TikTok Terbanyak 2023, Indonesia Peringkat 2*. GoodStats.Id.  
<https://data.goodstats.id/u/elmaarmavillia>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azzaakiyyah, H. K. (2023). The Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.33>
- Buana, T., & Maharani, D. (2022). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 16(2), 34–44.  
<https://doi.org/10.33557/ji.v16i2.2227>
- Cangara, H. H. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (Y. S. Hayati (ed.); Edisi Keli). PT RajaGrafindo Persada.
- Cote, C. (2024). *Personal Branding: What It Is & Why It Matters*. Havard

Business School Online. <https://online.hbs.edu/blog/post/personal-branding-at-work>

Creswell, J. W., & Cresswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (D. C. Felts (ed.); Fifth Edit). SAGE Publications, Inc.

Defi, A. M., & Hufad, A. (2023). Gender and Social Behavior of TikTok Users. *Indonesian Journal of Gender and Child Studies*, 1(1), 1–8.

Dewi, R., & Kurniati, P. S. (2021). Daya Tarik dan Eksistensi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Dalam Pencegahan Penyebaran Berita Hoaka. *Jurnal Common*, 4(2), 191–204.  
<https://doi.org/10.34010/common.v4i2.3693>

Dian, R. (2023). *Daftar Harga Gift TikTok beserta Nominalnya Terbaru dan Terlengkap 2024*. Narasi.Tv. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/harga-gift-tiktok>

Efendi, E., Kamala, M. Y., & Arianti. (2023). Komunikasi Sebagai Proses Simbolik: Studi Literatur. *Journal on Education*, 05(02), 3413–3417.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Y. Novita (Ed.), *Rake Sarasin*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.  
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>

- Fida, N., Yunus, M., & Nuzula, Z. F. (2023). Tinjauan Fatwa Dsn-Mui No. 62/Dsn-Mui/Xii/2007 Tentang Akad Ju'Alah Terhadap Gift Pada Fitur Live Tiktok. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3(2), 677–683. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v3i2.9345>
- Hadi, I. P., Wahjudianata, & Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa* (N. F. Hariyanto (ed.); Cerakan Pe). Qiara Media. [https://repository.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repository.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku%20Ajar%20Komunikasi%20Bisnis%20(ABKA%203208-2%20SKS).pdf?sequence=1)
- Han, J., & Balabanis, G. (2024). Meta-analysis of social media influencer impact: Key antecedents and theoretical foundations. *Psychology and Marketing*, 41(2), 394–426. <https://doi.org/10.1002/mar.21927>
- Harahap, S. R. (2021). Hambatan – Hambatan Komunikasi. *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 1(1), 56–62.
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Husna, A. N., & Rianto, P. (2021). Membaca Komentar di Media Sosial Sebagai Hiburan. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art3>
- Iswanto, J., Lailiyah, N., & A'yuni, Q. (2023). Komunikasi dan organisasi pendidikan. *CERMIN Jurnal*, 3(1), 47–53. <https://repository.ung.ac.id/get/kms/15711/komunikasi-dan-organisasi-pendidikan.pdf>

- Jannah, W., & Saha Fasadena, N. (2023). Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman. *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 02(02), 152–164.
- Jtik, J., Teknologi, J., & Jacob, D. R. (2024). *Live Streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare*. 8(2).
- Kartini, A. P. P. (2023). *Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Tempo.Com. <https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>
- Khoiri, Q., & Nopitasari, M. (2024). Pengelolaan Interaksi Belajar Mengajar. *Jurnal Pendidikan Islam Al-Affan*, 4(2), 80–86.
- Kholifah, U., & Sabardila, A. (2020). Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram Dalam Caption dan Komentar. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 15(3), 352–364. <https://doi.org/10.14710/nusa.15.3.352-364>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Limbong, E. G., & Putra, R. S. (2023). Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok). *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 3(1), 44–51. <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1916>

- Mariyam, S. (2021). MOTIF PENGGUNAAN FITUR EMOTICON DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP: Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 87–96. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v13i2.2373>
- Meidiaputri, R. D., & Mukhlis, I. (2023). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur). *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(2), 21–29. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i2.71>
- Melani, E. R., & Ahmad Zamzamy. (2023). Symbolic Interaction in Tiktok's Live Streaming: A Study of Influencer-Viewers Engagement. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 11(4), 550–561. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v11i4.620>
- Mirza, S. W. (2023). Ragam Bahasa Indonesia di Media Sosial. *Simpati: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Bahasa*, 1(2), 150–156. <https://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/simpat/article/view/167%0Ahttps://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/simpat/article/download/167/148>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Sutu Pengantar* (Muchlis (ed.); Edisi 21). REMAJA ROSDAKARYA.
- Novianita, R., Muhariani, W., Pratiwi, C. Y., & Yunita, R. (2024). *Strategi Komunikasi dalam Menyusun Pesan di Internet Sebagai Media Komunikasi*. 4, 235–243.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online.

*Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52.

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>

Nurfaizah Alana, J., & Omar Sharif, O. (2023). The Influence Of Tiktok Live Streaming Affordance On Consumer's Gift-Giving And Purchase Intention On THE INFLUENCE OF TIKTOK LIVE STREAMING AFFORDANCE ON CONSUMER'S GIFT-GIVING AND PURCHASE INTENTION ON SOMETHINC BEAUTY PRODUCTS. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023.

<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

Oktavia, W. O. S., Maulana, H. F., & Fida, W. N. (2023). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna TikTok di kalangan Mahasiswa PGSD Universitas Muhammadiyah Buton. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1368–1383. <http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/mm>

Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, N. D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisyah, M., & Ahyar, D. B. (2022). *METEDOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (F. Sukmawati (ed.)). PRADINA PUSTAKA.

Pardianti, M. S., & S, V. V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187–210.

<https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>

Parianto, P., & Marisa, S. (2022). Komunikasi Verbal dan Non verbal dalam Pembelajaran. *Journal Analytica Islamica*, 11(2), 402.

<https://doi.org/10.30829/jai.v11i2.14123>

- Paujiah, J., Humairah, M. E., Az-Zahra, V. N., Anes, G., Wiratama, A., Putri, B. M. D., Fajrin, F., Hidayatullah, I., Zahra, S. F., Restina, A., Discamanalfa, R., Sajidah, L., Azizah, F. N., Zen, M. W., Prakasya, M. H., Fadila, N., Kusuma, P. K. H., Khairy, S., Aulia, S., ... Zildan, H. (2023). *Etika dan Filsafat Komunikasi dalam Realita Sosial* (P. K. Nisa (ed.); Cetakan 1). Mahakarya Citra Utama Group.
- Paulus, A. (2024). *Pengaruh Live Streaming Tiktok Sebagai Aplikasi Komunikasi Digital Dan Dampaknya Pada Purchase Intention ( Studi Kasus Brand Senikersku )*. 74–81.
- Pohan, N. A., Usiono, U., Mawaddah, T., Batubara, I. H., & Rahmah, M. F. (2023). Bahasa, Logika dan Komunikasi Verbal dan Non Verbal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30706–30711.
- Pratiwi, E., Delliana, S., Wahyu Wasana, F., & Kusuma Sari, E. (2023). Live TikTok Library: Promosi On-Fleek untuk Pengalaman yang Semakin Seru. *Jurnal FPPTI*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/10.59239/jfppti.v1i2.44>
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10.  
<https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- Putri, N. W. E. (2019). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Suporter Aplikasi Tiktok. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosisal Budaya*, 14(1), 11–19.



- Putri, V. K. M. (2022). *7 Perbedaan Komunikasi Verbal dan Non Verbal*. KOMPAS.Com.  
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/05/100000269/7-perbedaan-komunikasi-verbal-dan-nonverbal#:~:text=Komunikasi verbal menggunakan kata-kata,memakai bahasa isyarat untuk berkomunikasi.>
- Putriana, A., Kasoema, R. S., Gandasari, M. D., Retnowuni, A., Aminah, R. S., Wijayati, E. K. W., Kato, I., Akbar, M. F., Yani, A. L., & Sari, I. M. (2021). *Psikologi Komunikasi* (Issue April). Yayasan Kita Menulis.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63.  
<https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>
- Raihan, M. F. (2022). *Syarat dan Cara Live di Tiktok, Bisa Dapat Uang dari Penontonnya!* Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6213625/syarat-dan-cara-live-di-tiktok-bisa-dapat-uang-dari-penontonnya>
- Ranti, S. (2023). *Apa Arti Tap-tap Layar di Live Streaming TikTok? Begini Penjelasannya*. KOMPAS.Com.  
<https://tekno.kompas.com/read/2023/12/08/15160087/apa-arti-tap-tap-layar-di-live-streaming-tiktok-begini-penjelasannya->
- Rismawaty, Surya, D. E., & P, S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rekayasa Sains, Bandung.
- Salam, R., Ritonga, I., & Sikumbang, A. T. (2024). Perilaku Komunikasi Verbal dan Nonverbal Orang Tua dengan Remaja Pengguna Gadget Aktif: Kasus

Tiga Keluarga di Gang Rukun Sidoarjo Hilir Kecamatan Tembung. *Journal of Basic Educational Studies*, 4(2), 552–558.

<https://doi.org/47467/eduinovasi.v4i2.1299>

Saleh, A. A. (2020). *Psikologi Sosial* (Cetakan Pe). IAIN Parepare Nusantara Press.

Siti Wuryan, Mustofa, M. B., Rezha Mardianty Rachmy, Sarah Nur Laila Indriyani, Septi Jelita Putri, & Tri Yana Dea Sari. (2022). Social Impact Analysis of Mass Communication on Community in the Society 5.0 Era. *Komunike*, 14(1), 19–32. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v14i1.5171>

Smith, R. D. (2002). *Strategic Planning for Public Relations*. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS.

Srikandi, M. B. (2023). Relevansi Fungsi Gatekeeper di Era Gempuran Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 15(01), 23. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v15i01.265>

Stai, N., Al, L., & Surabaya, H. (2023). *Dampak Tiktok Dan Solusinya Dalam Perspektif Pendidikan Islam TIKTOK DAN AKHLAQ REMAJA : DAMPAK TIKTOK DAN SOLUSINYA DALAM PERSPEKTIF PENDIDIKAN ISLAM*. XI, 33–54. <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/>

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *CV. Alfabeta*, 1–274. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>

- Suprayitno, D., Ashivah Misbah, N., Lintangdesi Afriani, A., Studi Ilmu Komunikasi, P., Upn, F., Jalan Fatmawati Raya, J. R., Labu, P., Cilandak, K., & Selatan, J. (2023). Modus Konten Self-Harm Demi Gift Points Pada Aplikasi TikTok di Indonesia. *J-Ika*, 10(1), 20–28.  
<http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jika/issue/archive>
- Susanti, E., Salsabila, N., & Syabila, T. (2023). Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa IPS. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30871–30879.  
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11993/9245>
- Teuku Mahmud. (2022). Kajian Ragam Bahasa Pada Konten Media Sosial Instagram Influencer Di Aceh. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 3(1), 12–19.  
<https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss1pp12-19>
- Waliulu, Y. S., Naryanti, I., Seneru, W., Nugraheni, T., Misdiyono, Suhirman, L., Azanda, S. H., Kartini, T. M., Rosmala, & Vanchapo, A. R. (2024). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wulan, A., Sampurna, A., Hasibuan, W. H., Fadhali, R. H., Wahyudi, I. D., & Hasibuan, R. L. A. (2024). Peran Dan Fungsi Manajemen Tiktok dalam

Pengolahan Media Sosial di Era Digital bagi Generasi Z. *Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial Pada Generasi Z*, 8(1), 4801–4807.

Yakin, I. H. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (U. Supriatna (ed.)). AKSARA GLOBAL AKADEMIA.

Yudhistira, G. A., & Trihastuti, M. C. W. (2023). Hambatan Komunikasi Interpersonal Selama Proses Pembelajaran Jarak Jauh. *Psiko Edukasi*, 21(1), 13–27. <https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v21i1.4351>

Yuningsih, Lukita, C., & Pranata, S. (2024). *LITERATURE REVIEW: SIARAN LANGSUNG TIKTOK TERHADAP KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN* Yuningsih 1 , Chandra Lukita 2 Sudadi Pranata 3. 06(01), 53–62.

Zahra, Y. F., Cendikia, H. F., Molfi, I. I., & Murdiana, V. (2024). Media Massa Sebagai Pembentukan Persepsi Publik. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 02(12), 31–40.

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>