

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, D., & Wijayani, I. (2022). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Social Media as Self Existence in Students Using Tiktok Applications*. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i3.2108>
- Afifah, N. N., Amelia, I., Al Ghifari, M., & Faqihuddin, A. (2025). Dampak Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Pelaksanaan Shalat Wajib Pada Mahasiswa. In *Jurnal Inovasi Daerah: II* (Number 1). <http://jurnal.magelangkota.go.id>
- Agung, P., Nugroho, Y., Kom, M., & Par, M. (2025). Pengantar Videografi Untuk Pemula Gemilang Press Indonesia. [www.gemilangpress.com](http://www.gemilangpress.com)
- Angelin Siregar, N. (2025). *Implementasi Strategi Content Marketing Digital di TikTok dalam Upaya Memperluas engagement UD. SGL (studi kasus pada tiktok @toko\_ud.sgl)*. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2021). *Effective Public Relations*. Prentice Hall.
- Dealls. (2025, April 8). *Apa Itu Engagement Rate? - Rumus dan Cara Cek Berapa Rate yang Bagus*. Dealls.Com.
- Devi, A. A. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran. *Epistema*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/10.21831/ep.v3i1.40990>
- Ferdian Giffari, M., Andriani, F., Kardi Wiyati, E., & Eka Putri, C. (2024). *Peran Humas Dalam Keterbukaan Informasi Publik Pada PPID Kemendikbudristek*. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Firmansyah, N. I., Chan, A., & Dai, R. R. M. (2024). Analisis Penerapan Social Media Marketing Instagram Pada Hotel Horison Palma Pangandaran Menggunakan *Framework Dragons*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1354–1381. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1169>
- Istifaroh, H., & Rachmawati, I. (2022). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Pengaruh pemasaran jejaring media sosial Instagram Digital Amoeba dan keterkaitan konsumen terhadap niat beli konsumen*. 5(4), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

- Jakpat. (2025, February). *Media sosial yang dianggap paling informatif bagi Gen Z*. <https://jakpat.net/info/3-dari-10-gen-z-menganggap-tiktok-sebagai-media-sosial-paling-informatif/>.
- Milenial dan Gen, K. Z., Syaugie, A., & Nurhajati, L. (2025). *Online Media Framing Pada Fenomena Pemberitaan Doom Spending di*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/4vy3nq43>
- Novita Adiba Rahmah. (2024). *Strategi Digital Marketing Pada Akun TikTok Basreng Sultan Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Brand Engagement*.
- Putri, D., Bambang, K., Ita, I., Iwan, S., Kusnadi, H., & Susanti, E. (2023). *Hubungan Masyarakat* [www.getpress.co.id](http://www.getpress.co.id)
- Septiyani, D. A., Syariah, E., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Wahid, N. K. H. A., & Abstrak, P. (2024). *Evolusi Public Relation Di Era Digital: Strategi Untuk Membangun Reputasi Di Dunia Maya*. In *Journal Media Public Relations* (Vol. 4, Number 1).
- Shortimize. (2025, October). *What Is A Good View Rate For TikTok*. <https://www.shortimize.com/blog/what-is-a-good-view-rate-for-tiktok>
- Statista. (2024). *Global Social Media Usage Statistics*. Website: Statista Indonesia.
- Syaifullah Rusydi, F., Wibawa, D., Tresnawaty, B., Ilmu Komunikasi Humas, J., Dakwah dan Komunikasi, F., & Sunan Gunung Djati, U. (2021). *Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam*. In *Jurnal Hubungan Masyarakat* (Vol. 6).
- Syarifah Fadhilah dan Siti Nurjanah. (2024). *Strategi Optimalisasi Konten Tiktok Effa Design Dalam Meningkatkan Engagement Rate*. <https://ubiwiz.com/tiktok-engagement->
- Thifalia, N., Susanti, S., Raya, J., Km, B.-S., & 45363, S. (2021). *Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film*. *Jurnal Common* |, 5(1). <https://doi.org/10.34010/common>
- Vania Qonita Safera. (2025). *Analisis Peran Kredibilitas Informasi Dalam E-Wom Pada Sosial Media: Implikasi Terhadap Niat Beli Produk Skintific*.

- We Are Social. (2025). *Digital 2025: AI accelerates, YouTube tops user Charts, Social ad Spend Soars and More*. Meltwater.
- Wira, S., Yunandhityo, R. A., & Ghifari, F. (2023). Model Produksi Konten TikTok untuk Promosi Produk @silverfank. *Jurnal Audiens*, 4(3), 371–382. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.56>
- Yannuar Hafiz, R. (2026). PT. Media Akademik Publisher Pengaruh Gaya Komunikasi Akun Instagram Cretivox Terhadap Tingkat Social Media Engagement Oleh. *JMA*, 4(1), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Yusril Sudirman, M., & Yahya, M. (2022). Strategi Humas DPRD Kota Makassar dalam Menjalankan Aktivitas Media Relations. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 4, 29–36.