

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, V. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Rajawali Pers.
- Influencer Marketing Hub. (2024). *TikTok vs Instagram: Engagement rate comparison 2024*. Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/> (diakses pada rabu,2 April 2025 pukul 15:00 WIB)
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kementerian Agama RI. (2024). *Pusaka SuperApps: Inovasi layanan keagamaan terpadu*. Kementerian Agama RI. <https://pusaka.kemenag.go.id/> (diakses pada jumat,4 April 2025 pukul 13:00 WIB)
- Mulyadi, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Salemba Empat.
- Nurrochman, H., & Urfan, N. F. (2024). *Pemanfaatan akun TikTok @pemkabbantul dalam penyebaran informasi publik pemerintah daerah Kabupaten Bantul*. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 312–322. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i2.19512>
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi komunikasi* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Sholihah, S. Z. (2023). *Pengaruh digital marketing berbasis sosial media Tiktok terhadap keputusan pembelian pada Keyzha Collection*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 196–204.
- Statista. (2023). *Average daily time spent on social media platforms worldwide*. Statista. <https://video.statista.com/> (Diakses pada senin,15 April 2025 pukul 16:00 WIB)
- Statista. (2024). *Social media engagement rates comparison 2024*. Statista. <https://video.statista.com/> (Diakses pada kamis,17 April 2025 pukul 09:00 WIB)
- Suyanto. (2010). *Strategi komunikasi dan kampanye sosial*. Kencana Prenada Media.

- TikTok for Business. (2024). *Marketing on TikTok: Reach and engagement strategy*. TikTok for Business. <https://video.tiktok.com/business/> (Diakses Kamis, 1 Mei 2025 pukul 14:30)
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. We Are Social. <https://wearesocial.com/> (Diakses Senin, 5 Mei 2025 pukul 15:00 WIB)
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social. <https://wearesocial.com/> (Diakses Senin, 5 Mei 2025 pukul 15:20 WIB)
- Wulandari, Y. (2024). *Persepsi publik tentang digitalisasi layanan Pusaka Kemenag*. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(5), 1858–1872. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i5.3668>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. 2014. *Mass Media Research: An Introduction* (Edisi ke-10). Boston: Cengage Learning.
- Zahbi, C. R. (2023). *Pemanfaatan TikTok sebagai media pemberitaan konten eksploitasi kemiskinan pada media online Era.id*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zuliani, Subagyo, & Purnomo, H. (2023). *Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana e-marketing baru oleh PT Masbro7*. *Simposium Manajemen dan Bisnis*, 2, 94–105.