

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*.
- Aisyahrani, R. B. (2023). *Melihat Perkembangan Public Relations (PR) Di Indonesia Dari Waktu ke Waktu*.
- Amelia, C., Rahma, D., Shalsabilla, A. P., & Patrianti, T. (2024). Penerapan Peran Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Universitas Muhammadiyah Jakarta. (<https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jiksohum.v6i1.944>).
- Azizah, Z. A., & Rachmawati, I. (2022). Pengelolaan Konten Digital PT Assemblr Teknologi Indonesia. *Vol 2*.
- Azzam, M., & Melano, F. L. (2024). Implementasi Product Awareness pada Proses Produksi Iklan "Raja Lipat Smartphone, Oppo Find N3" di Detikcom. *11*.
- Fadhilah, S., & Nurjanah, S. (2024). Strategi Dalam Mengoptimalkan Konten Di Tiktok Effa Design Dalam Upaya Meningkatkan Engagement Rate. *11*.
- Fahira, T., Februadi, A. C., & Amalia, F. A. (2021, Agustus). Proyek Perancangan Konten Video TikTok Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek Vendorin Indonesia.
- Fahri, F., Ismail, O. A., & Melano, F. L. (2024). Peran Produser Dalam Manajemen Produksi Pembuatan Iklan Komersial Barberfits "Fit Your Style" Membangun Brand Image. *11*.
- Faustyna. (2024, Agustus). Strategi Komunikasi Krisis Public Relations Digital di TikTok pada Dinas Pariwisata Medan Selama Pandemi COVID-19: Analisis Kasus Pengelolaan Konten Inovatif. *22*.

- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). *PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme*.
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal dan Eksternal Public Relations Dalam Organisasi.
- Gozum, M. J. (2025). *How to Fix Low Social Media Engagement*. G Creative Publishing.
- Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Survei nasional literasi digital Indonesia 2021. <https://literasidigital.id/assets/pdf/SurveiNasionalLiterasiDigital2021.pdf>
- Kejora, S. C. (2021). Upaya membangun citra dan meningkatkan minat masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam melalui manajemen strategis public relations.
- Khowara, F. (2023). TikTok Analytics: Strategi dan Optimasi Engagement Rate.
- Kustiawan, W., Alsyahdafi, Sianipar, A. T., habib, f., Sianipar, K., Halim, N. A., & Sumarni, Y. (2024). Media Relations, Internal Communications and Corporate Community Involvement. (<http://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16924>).
- Kustiawan, W., Alsyahdafi, Sianipar, A. T., Habib, F., Sianipar, K., Halim, N. A., & Sumarni, Y. (2024). Media Relations, Internal Communications and Corporate Community Involvement. 8.
- Marliana, L. P. (2021). PENGEMBANGAN VIDEO PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA SEKOLAH DASAR. 1.
- Muharram, M. d. (2023). *Fundamentals of Public Relations*.
- Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022). *PENGELOLAAN KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI* (Vol. XXVII).

- Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022, Agustus 21). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27.
- Puspitasari, N., & Purwani, D. A. (2022). *Cyber Public Relations*. (A. Y. Kunandar, & E. Prasetyaningrum, Penyunt.)
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. 5, 280-288.
- Putri, T. I., Melano, F. L., Wijaksono, D. S., & Arifputri, A. N. (2024). Strategi Konten Marketing Innovation Day dalam Meningkatkan Engagement Pada Media Sosial Tiktok. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Putri, Y. D., & Sutarjo, M. S. (2023, Mei). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.
- Risnawati, A., Zuraini, Asian, A., & Haryati. (2023). STRATEGI HUMAS (PUBLIC RELATION) DALAM MEMBENTUK CITRA ORGANISASI. (<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/23474/16494>).
- Rival Q. (2023, April). *TikTok Benchmark Report 2023*. Dipetik Mei 2025, dari Rival IQ A Quid Company: <https://www.rivaliq.com/>
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). UPAYA MEMBANGUN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. 2.
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023, April). Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement Authors. 5, 163-175.
- Sari, A. B., widhiatmini, Utomo, A. S., Utari, T., & Warhamni, D. (2023, Desember). Strategi Konten Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Pekommas*, 8.
- Savelyeva, V. (2024). The Impact of TikTok Short Videos On Tourist Destinations Choice.

Sudirman, T. M. (2024). *Videografi Teori dan Praktek*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Diambil kembali dari
https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf

Syaputri, D. K., Kurniawan, A. P., & Rahayu, D. P. (2025). Produksi dan Publikasi Konten Digital Media Sosial Instagram Pada Pemasaran Brand Vision+ TV. *11*.

TikTok benchmark report 2023. (2023, April 25). Diambil kembali dari Rival IQ:
<https://www.rivaliq.com/blog/tiktok-benchmark-report-2023/>

Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*.

Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Jakarta, Indonesia: PT.Rekacipta Proxy Media.

We Are Social, & Meltwater. (2024). Digital 2024: Indonesia. DataReportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>