DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang* (translation:The effect of using the tiktok application on the self-confidence of adolescents in Sampang Regency). *Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 135–148.

Dedy Andhika, Bob Alfiandi, A. Z. (2018). *Gaya Komunikasi Pimpinan Dalam Mengembangkan Inovasi Organisasi (Studi Kasus Kepemimpinan Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Padang Pariaman). Jispo*,*8*(2),39–55. https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/3739

Ersyad, F. A., & Jannah, C. N. N. L. (2021). *Gaya Komunikasi Cak Dave Dalam Membentuk Karakteristik Suroboyoan. Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *1*(3), 154–158. https://doi.org/10.53866/jimi.v1i3.12

Fathur, T. (2023). Strategi *Komunikasi Content Creator @ijoeel Dalam Menampilkan Citra Kota Jakarta Melalui Akun Media Sosial Instagram. Journal of Creative Communication*, *V*(1), 74–91.

Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputri, Nuryami, L. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin*. https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en

Herawati, A., Komunikasi, J., Penyiaran, D. A. N., Ilmu, F., Dan, D., Komunikasi, I., Negeri, U. I., & Hidayatullah, S. (2016). *Analisis Isi Pesan Edukasi Dalam Tayangan Kartun Animasi Adit Sopo Jarwo di MNC tv*. 12.

Hermawan, D. (2018). *Content creator dalam kacamata industri kreatif: Peran personal branding dalam media sosial. E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, *1*, 1–12. https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7824

Heryansyah, D. (2020). *Analisis Pesan Dakwah dalam Novel Pulang*. *7*(2), 1–58.

Luthfiah, Z., & Ridwan, D. T. (2020). *Peran Content Creator Dalam Membangun Bisnis Startup Pada RM Inkubasi di RM Synergy. Conference Series Journal*, *1*(2), 1.

Noor, R., & Yonarisman Muhammad Akbar. (2023). *Analisis Konten Reels*

Instagram @Kopikenangan.Id Sebagai Bentuk Pemasaran. IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi, *3*(2), 24–31. https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.6143

Nugroho, R. S., Andriyanto, R., Fildzahun, H., & Kusnadi, N. (2025). *Optimalisasi Media Sosial Instagram sebagai Sarana Diseminasi Informasi dan Edukasi Komunikasi melalui Akun @Komuntag. Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, *2*(3), 4213.

Nurhayati, H., & , Langlang Handayani, N. W. (2020). *Implementasi Media Sosial Aplikasi TikTok sebagai Media Menguatkan Literasi Sastra dalam pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. Jurnal Basicedu*, *5*(5), 3(2), 524–532. https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/971

Okki Setiya Wijaya, Santi Paramita, & Adi Nugroho Susanto Putro. (2023). *Produktivitas Organisasi Sekber PMVBI (Pemuda Buddhayana) Kabupaten Jepara Menurut Gaya Komunikasi Pemimpin. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *1*(3), 273–284. https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.462

Ruiana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus. Rajawali Press.*

Rina Zahara. (2024). *Analisis gaya komunikasi konten kreator TikTok @Adila.aap dalam menyampaikan pesan kesehatan mental bagi kalangan remaja.Universitas Malikussaleh.*

Safina, Z., & Ali, M. (2024). CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora *Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @Grosirshop_Stufff. CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, *2*(4), 841–849. https://doi.org/10.5281/zenodo.14213855

Salamah, R. H., Rangkuti, S. D., & Noviyana, S. (2021). *Penerapan Fitur-Fitur Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Tingkat Sma/Smk. J-Simbol: Jurnal Magister Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, *9*(2), 84–94. https://doi.org/10.23960/j-simbol/v9i2.2021.3

Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). *Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat. Jurnal Al-Nahyan: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *2*(1), 62–73.

Setiawati, M., & Pratiwi, A. (2022). *Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan. Cakrawala Repositori IMWI*, *5*(2), 416–430. https://doi.org/10.52851/cakrawala.v5i2.113

Simamora, R. M., Siahaan, P. G., Novridah Reanti Purba, Jane Agustin Sianturi, Ananda Meriah Ate Banurea, Sabar Saur Matua Br Limbong, & Asya Junita Rajagukguk. (2025). *Pengaruh Anonimitas di Media Sosial terhadap Kebebasan Berpendapat dan Tanggung Jawab Hukum Studi Kasus: (Analisis Kasus Akun Fufufafa dalam Penyebaran Informasi Palsu dan Ujaran Kebencian di Media Sosial Twitter). Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *3*(4), 4647–4652. https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1050

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D (Issue November). Alfabeta.*

Tresia, T., Yanto, Y., & Risdiyanto, B. (2024). *Analisis Konten Edukasi Kesehatan Mental Di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @Studiodjiwa). Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, *3*(3), 217–222. https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6450

Wijaya, A., & Muktaruddin. (2024). *Gaya Komunikasi Akun Tiktok @ Msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z. Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *18*(3), 1971–1972.

Wulansari, A. L. (2020). *Gaya Komunikasi Jang Hansol Youtubers Korea Dalam Membentuk Karakteristik Jawa Timuran*. *21*(1), 1–9.

Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). *Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. Warta Dharmawangsa,17*(April),677–690. https://doi.org/10.4337/9781035301447.vol1.00074.