DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. (2023). *Teori-Teori Komunikasi Analisis dan Penerapan*. Depok: Raja Grafindo Persada.

Alifya, M. (2023). Hubungan Media Sosial Tiktok sebagai Media Komunikasi dalam Pemilu 2024. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*. 3(2), 133–138. https://doi.org/10.15408/virtu.v3i2.33075

Azzahra, S. D., & Rusmana, A. (2023). Perspektif Pengguna pada Penyebaran Informasi Kesehatan Mental melalui Akun Instagram @ibunda.id. *Informatio: Journal of Libraryand Information Science.* 3(1), 33-46. https://doi.org/10.24198/inf.v3i1.44420

Anzani, S., Sabrina, C., & Harahap, H. S. (2024). Media Sosial sebagai Sarana Publikasi dan Promosi Kemanusian di Era Digital. *Arini: Jurnal Ilmiah dan Karya Inovasi Guru*. 1(2), 115–127. https://doi.org/10.71153/arini.v1i2.185

About Netflix. (2026). *K-Pop Demon Hunters One Year Anniversary*. Tudum by Netflix. https://www.netflix.com/tudum/articles/kpop-demon-hunters-one-year-anniversary

BBC News. (2026). *Kpop Demon Hunters wins Oscars for best animated film and best original song.* BBC. https://www.bbc.com/news/articles/cvg823zkx0go

Curry, D. (2026). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2026)*. Business of Apps. https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/

Damayanti, A., Delima, I. D., Suseno. A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*. 6(1), 173-190. https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308

Guo, Q., Huang, W. (2024). Analyzing the Diffusion of Innovations Theory. *Scientific and Social Research.* 6(12).

Hakim, H. I., Polin, I., Irwansyah. (2024). Peran Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 10 (23), 287-300. https://doi.org/10.5281/zenedo.14564263

Hendrawan, M. R., & Machsunin, F. I. (2024). Information and Electronic Transactions Law effects on Malang City People's Information Sharing Behavior. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*. 12(1), 137-154. http://dx.doi.org/10.24198/jkip.v12i1.50187

Husna, A., Hasan, K., Akmal, F., Chairunnisak, S., Yunanda, R., & Muhibuddin. (2025). Analisis Isi Konstruksi Media Massa Dalam Film "Alif, Lam, Mim". *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*. 12(1), 1-14. https://doi.org/10.54621/jn.v12i1.1039

Hanifatunnisa, N. A., Lusiana, E., & Perdana, F. (2025). Information Experiences of Young Generation Social Media Users in Indonesia's Political Year 2024. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*. 13(2), 177-194. https://doi.org/10.24198/jkip.v13i2.55608

Imam, C., & Siregar, M. F. (2025). Penggunaan Animasi sebagai Media Edukasi Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Kemampuan Pembelajaran. *Blend Sains Jurnal Teknik*. 3(4), 471-476. https://doi.org/10.56211/blendsains.v3i4.803

Januatisa, N. C. M., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2022). Penyebaran Informasi Wisata Kuliner pada Instagram @Bogoreatery di Kota Bogor. *Informatio: Journal of Library and Information Science*. 2(2), 123–136. https://doi.org/10.24198/inf.v2i2.40693

Jannah, Afridatul, M., Satria, D., & Fitri, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stufff dalam Promosi Penjualan. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*. 1(4), 2985-9174. https://doi.org/10.5281/zenodo.8422512

Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined. 2nd ed*. London: Sage Publications.

Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*. 8(1), 83–98. https://doi.org/10.24912/jk.v8i1.49

Khairiyah, D. (2025). Systematic Literature Review : Pemanfaatan Video Animasi 3D untuk Edukasi Kebersihan Lingkungan. *Malcom: Inonesian Journal of Machnice Learning and Computer Science.* 5(7), 962–971. https://doi.org/10.57152/malcom.v5i3.2033

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis a Methods Sourcebook 3rd Edition*. Arizona: Sage Publications.

Muhtarom, S. Z. A., Enjang., & Rojudin. (2020). Penggunaan TikTok sebagai Media Informasi (Studi Kasus Pengeloaan Akun @pikiranrakyat). *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*. 5(2). https://doi.org/10.15575/annaba.v5i2.19742

Misidawati, D. N., Rahmawati, U., & Kamaruddin, M. J. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel di Indonesia. *Edunomika*. 08(02), 1–12. https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13759

Mussa, R. A., & Situmorang. L. (2024). Media Sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp) dan Pergeseran Pola Interaksi Sosial Mahasiswa/wi Program Studi Pembangunan Sosial Angkatan 2017 Universitas Mulawarman. *eJournal Pembanguna Sosial*. 12(2), 217-284.

Mandala, P. F. (2025). Penerapan Teori Difusi Informasi dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Instagram. *Safa : Jurnal Inovasi Ilmiah*, 1(1), 10–19.

Nofiasari, W., Rusdin, F. R., & Yusanto, Y. (2024). *Strategi Komunikasi Digital*. Bandung: Widina Media Utama.

Nanda, B. D., & Aulia, S. (2026). Representasi Budaya Korea dalam Film " Kpop Demon Hunters " (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Kiwari*. 5(1), 153–162. https://doi.org/10.24912/ki.v5i1.37010

Penefaho, A. E., Azzahra, S., Ku, R., & Maulana, A. Z. (2023). Strategy Marketing through TikTok content @ mencuriradensaleh for the Animo of Watching Movies Mencuri Raden Saleh. *International Conference on Vocational Education Applied Science and Technology (ICVEAST)*. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-132-6

Permadani, A. R. I., & Nurudin. (2023) Strategi Pengelolaan Konten TikTok Lembaga Sensor Film RI dalam Meraih Engagement Rate. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. 5(2), 252-261. https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2.421

Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah, dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*. 3(6), 2713–2724.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations Third Edition*. New York: The Free Press.

Rahmana, P. N., Putri, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Edukasi di Era Generasi Z. Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan. 11(2), 401-410. https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Satria, D. M. (2021). *Pengantar Manajemen Komunikasi*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.

Sari, S. G. P, & Yozani, R. E. (2022). Difusi Inovasi Pemasaran Green Smoothie Factory dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Journal of Management Communication and Organization*. 1(1), 13–29.

Subakti, H., Hurit, R. U., Eni, G. D. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Salahuddin, C. P. (2024). News for (Me and You): Exploring the Reporting Practices of Citizen Journalists on Tiktok. *Journalism Studies*. 25(9), 1076-1094. https://doi.org/10.1080/1461670x.2023.2293829

Sudarman. (2024). Pola Penggunaan Media Sosial Masyarakat Desa Bligo , Kecamatan Ngluwar , Kabupaten Magelang , Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*. 8(2), 88–97. https://doi.org/10.56873/jimik.v8i2.470

Suryana, S. R., Santoso, H., Saleh, A., Pranata, R. T. H., Manisya, N., & Maharani, K. Z. (2024). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Youth Ranger Indonesia dalam Penyebaran Informasi. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*. 4(4), 322–331. https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.631

Seftian., Asbari, M., & Nofiyanti. (2025). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. 2(1), 29-36. https://doi.org/10.70508/5mxjp089

Taufik, I. P., Akhmad, F., & Hidayah, E. S. (2022). Strategi Penyebaran Informasi Persyaratan Penerbitan Dokumen Kependudukan pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Enrekang. *Jurnal Registratie*. 4(1), 32–50. https://doi.org/10.33701/jurnalregistratie.v4i1.2479

Tanamal, G., Telussa, S., & Lestaluhu, S. (2023). Analisis Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Covid-19 Di Kota Ambon. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 2(2), 408-417. https://doi.org/10.30598/JIKPvol2iss2pp408-417

Tan, S. H., & Azahari, M. H. (2025). The Impact of TikTok on Product Promotion and Marketing Strategies : A Review with Special Reference to Malaysia. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*. 08(10), 5689–5694. https://doi.org/10.47191/ijmra/v8-i10-20

Velasco, A. H., Matsumoto, M., Santos, S. D., & Lacasa, P. (2026). Digitalization of Cultural Industries: Evidence from the Official Spider-Man Movie TikTok Account. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologie*. 32(1), 3-32. https://doi.org/10.1177/13548565241253904

Wicaksono, M. A., W, A. P., Patricia, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave dalam Perkembangan Fashion Style di Indonesia. *Jurnal Sosial Politika*. 2(2), 74-85. https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35

Widarini, D. A., Kusuma, E. S., & Antiey, M. N. (2024). Strategi Komunikasi Digital dalam Penyebaran Informasi GEDSI. *Jurnal Pustaka Dianmas*. 4(2), 95-104.

Wulandari, A. A., Fahrudin, A. (2025). Adopsi Micro-Vlogging Tiktok oleh Pelaku UMKM: Studi Difusi Inovasi dalam Strategi Komunikasi. *BroadComm*. 7(1), 37-47. https://doi.org/10.53856/mwpje910

Xie, Y. (2023). Analysis of the Role of Social Media in Film Marketing. *Communications in Humanities Research.* 12, 189-196. https://doi.org/10.54254/2753-7064/12/20230104

Yang, B., Zhang, R., Cheng, X., & Zhao, C. (2023). Exploring Information Dissemination Effect on Social Media: an Empirical Investigation. *Personal and Ubiquitous Computing*, 27, 1469–1482. https://doi.org/10.1007/s00779-023-01710-7

Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @ Indahoei. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 5(1), 359–372.