# DAFTAR PUSTAKA


A.S, N. D., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(9), 6846–6853. https://www.jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/2835

Amalia, P., Tiktok, S., Platform, S., Bisnis, P., Era, D. I., Role, T. H. E., Tiktok, O. F., Media, S., Platform, A. S. A., Development, B., The, I. N., & Era, D. (2024). *THE ROLE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA AS A PLATFORM FOR*. *4*(1), 143–149. https://jurnalfkip.samawauniversity.ac.id/KARYA_JPM/article/view/683

Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitria Ningsi, Sudianto, Hana Diana Maria, Iwan Adhicandra, Rini Nuraini, Achmad Baijuri, Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, Genik Puji Yuhanda, & Sudaru Murti. (2023). Buku Komunikasi Digital. In *Penerbit Lakeisha*.

Andriani, E., Dista Prasetya, A., & Yudha Pratama, B. (2024). Pengaruh Aplikasi TikTok dalam Komunikasi Generasi Z: Tinjauan terhadap Perubahan Pola Interaksi dan Ekspresi Digital. *Jurnal Ilmu KomunikAI, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, *1*(3), 42–52. https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Komunikasi/article/view/31

Andyna, C. (2023). *Pelatihan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milineal di Desa Lancang Garam , Kecamatan Banda*. *1*(1). https://journal.lps2h.com/academica/article/download/19/8

Anggun Sari Sasmita, & Nila Sartika Achmadi. (2022). The Popularity of TikTok and the Implementation of the AISAS Model on Marketing Communications Through TikTok. *Manajemen Bisnis*, *12*(01), 62–76. https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/17863

Chairunnisak, (2025). Kritik Informasi di Era Digital : pengabdian masyarakat dalam Edukasi Anti - Hoaks bagi pemuda Gampong Lambong Manyang. *Alamat Kampus: Jalan Kampus Unimal Bukit Indah, Blang Pulo, Kec. Muara Satu, Kota Lhokseumawe, Aceh 24355*. *4*. https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/sewagati/article/download/2556/2209

Daniel, Hendy (2024). Analisis Konten Berbasasis Grounded Theory

*Engagement Rate*. (2024). RevoUpedia. https://www.revou.co/kosakata/engagement-rate

Fatinah, S. H., Husniati, A. M., & Mardhiah, A. (2026). *Model AISAS sebagai Media Promosi Digital ( Analisis Respon Konsumen pada Akun Instagram @ Dapue . Moonra dan*. *5*(2), 3692–3701. https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/18317/

Fitriawardhani dkk, 2023. (n.d.). *Proses Penataan Pesan Digital Content Pada Akun Sosial Media ( Facebook & Instagram ) Klinik Kecantikan Lalita*

*Sidoarjo 10*(1). https://ejournal.ubhara.ac.id/intelektual/article/view/1039

Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). Efektivitas Strategi Komunikasi Dalam Memengaruhi OPini Publik. *Jurnal studi interdisipliner perspektif*. *24*(November). https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/233

Herman. (2024). Pengaruh Komunikasi Digital Terhadap Pola Komunikasi Pada Nilai- Nilai Budaya Masyarakat Modern. *Profesional: Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, *11*(2), 505–510. https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/7139/5169/

Isroissholikhah, W. O. (2022). *Efektivitas Content Creator Dalam Strategi 2*(1), 121–128. https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/download/507/436/972

Istikhomah, F., Mukhlisin, L., Dharojah, R. W., & Aisyah, N. (2025). *Analisis Model AISAS Dalam Strategi Komunikasi Pemassaran Digital @ Waturumpuk _ Mendak Di Instagram Analysis Of The AISAS Model In Digital Marketing Commnication Strategi @ Waturumpuk _ Mendak On Instagram*.*16*(1),56–68. https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/20456

Hartono, A. S., Zumrodah, A., Daud, K. I., & Anshori, M. I. (2025). Strategi Konten Media Sosial di TikTok : Studi Kasus Implementasi Model Circular Social Media Engagement Pada Akun @Momuung.Official Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *12*(5), 1957. https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/19800

Juanda, S. N., Jusuf, D. I., & Sophia, E. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Influencer ( Studi Kasus Pada Influencer @ Akakasepp Di Media TikTok )*. *1*(2),1–12. https://ejournal.iwu.ac.id/index.php/comojo/article/download/218/164

Kasuma, E. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di Kelurahan Gunung Bahagia*. *10*(2), 41–51. https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/03/Jurnal%20Erlin%20Terbaru%20(03-09-22-02-37-13).pdf

Muspawi, Sulung. Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 110*. (2024). *5*(September), 110–116. https://iicls.org/index.php/jer/article/view/238

Nirmala, A. (2025). Analisis Isi Konten Sosial Media Dalam Meningkatkan Engagement Pada Akun Instagram @mercurymediagroup.id. *05*(04), 1–13. https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1841

Pada, S., Tik, A., Bundacorlaofficials, T., & Kusumawijayanti, A. R. (2024). *Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas*. *1*(3), 49–58. https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Perspektif/article/download/37/41

Perkasa, T. A., Aditia, R., & Bengkulu, U. (2023). *Strategi Komunikasi Kepemimpinan : Suatu Tinjauan Teoritis*. *1*(2), 367–377.

https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/download/1042/846

Pranata., & Yuliana, A. (2021). *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*. *2*(Mayang 2020), 1–5. https://thejournalish.com/ojs/index.php/sudutpandang/article/view/151

Purwanti, S. (2024). *Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Hiburan Bagi Generasi Z*. *07*(02), 161–179. https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i02.2004

Puspasari, C. (2024). *Pemanfaatn Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Pada Akun TikTok @Kingkevin* _.2(2), 553-554. https://journal.lps2h.com/cendekia/article/view/68

Puspitosari, R., & Lokananta, A. C. (2021). *Peran Media Komunikasi Digital Pada Pola Komunikasi Guru dan Murid*. *09*(01), 100–109. https://journal.budiluhur.ac.id/avantgarde/article/download/1326/pdf_55

Putra, R. A., Dianthi, M. H., & Kunci, K. (2025). *Machine Translated by Google Model Pemasaran Aisas dalam Mempromosikan Jasa Pengecatan Ulang Melalui TikTok Media Sosial ( Studi tentang Akun TikTok @ As _ Carbon ) Machine Translated by Google*. *1*(4), 203–208. https://jurnal.utami.id/index.php/JMR/article/view/297

Putri, R. A., & Azhar, R. M. (2025). Analisis Strategi Promosi Online Berdasarkan Model AISAS dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kemaiu Haircare. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4), 4641–4649. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4180

Rozali Asmi Yuli (2022). Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik. *forum ilmiah volume* (19) n0 (1). https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23187-11_2247.pdf

Rusman, A. A., & Adistri, N. (2024). *Penggunaan dan Kepuasan terhadap Video Pendek melalui Media Sosial TikTok : Systematic Literature Review*. *2*, 75–88. https://www.semanticscholar.org/paper/Penggunaan-dan-Kepuasan-terhadap-Video-Pendek-Media-Rusman-Adistri/91c69j6W3RoFnLdqjg5ZR4qojgiEbxPRW8d4039

Social, we are. (2024). *we are social*. Digital 2024: 5 Billion Social Media Users. https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/

Sa'diyah, Qamaruddin M. (2024). *Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif 1*(2), 77–84. https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93

Subhani. (2024). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Produk Pakaian.* 2(2), 574-585. https://journal.lps2h.com/cendekia/article/view/78

Sugiyama, Andree. (2011) The Dentsu Way. (77).

Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D.

sugiyono (2022) metode penelitian.

Syukur, M., Salsabila, S., Jadid, U. N., & Probolinggo, P. (n.d.). *INFLUENCER IMPACT : SOLUSI PRODUSEN DALAM*. https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1502

Trie, H., Aliya, D., Putri, M. A., & Dalimunthe, M. A. (2023). Pengaruh Konten Nadia Omara Terhadap Persepsi dan Minat Pengikut di Platform Media. Jurnal inovasi dan pengabdian kepada masyarakt. Vol 3.178 - 187. *A L - D Y*. *3*, 178–187. https://ejournal.yasin-alsys.org/aldyas/article/view/2503