

DAFTAR PUSTAKA

- Bulele, Y. N. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *In Conference on Business, Sosial Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E- Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing 6th edition: Strategy, Implementation and Practice*. England: Pearson.
- Fadhilah, F., & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI: Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen*, 17(3), 505-512.
- Indrapura, P.F.S dan Fadli, U.M.D(2023) Analisis Strategi Pemasaran Digital Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*,2(8), 1970–1978.
- Kertamukti. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: *Rajawali Pers*.
- Matthews, B. dan Ross, L. (2010). *Metode Penelitian*. Pearson Longman, London.
- Meilani Teniwut (2022). Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. Jakarta: *Media Indonesia*.
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfebiaraning, S. (2016). Strategi kreatif pesan video advertising "oreo penuh keajaiban" pada youtube. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 4(1), 35-46.
- Pangestika, W. (2018). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal.id*.
- Patzer, R., McPherson, L., Redmond, N., DuBay, D., Zayas, C., Hartmann, E., . . . Arriola, K. (2019). A Culturally Sensitive WebBased Intervention To Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, 4(9), 1285-1295.
- Rabindranath, M., & Singh, A. K. (2024). Introduction to Advertising. *In Advertising Management: Concepts, Theories, Research and Trends*(pp. 3-38). Singapore: Springer Nature Singapore.

- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru TikTok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. (2009). *Periklanan & Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 436-446.
- Sufyan. (2016). Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari* 1, No. 1: 20.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Suroso, S., Suherman, E., & Sumarni, N. (2022). Mengenalkan Potensi Desa Melalui Aplikasi TikTok di Desa Karyamakmur Kecamatan Batujaya Kabupaten Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 2455-2461.
- Widya Atidhira1, T. W. (2017). Pengaruh Pesan Iklan Line Versi Film "Ada Apa Dengan Cinta" Mini Drama Terhadap Penggunaan Fitur Find Alumni Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal MetaKom*, I(1), 25–37.
- Wirasari, Ira, & Ferdiana, Tresna. (2018). Strategi Kreatif Tema Pahlawan Dalam Iklan Media Sosial Bukalapak. Atrat: *Jurnal Seni Rupa*, 6(2).