

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, H. V. (2021). Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak dan Mencuci tangan) pada Akun Tiktok @alodokter.id. *Skripsi*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Amstrong, G., & P, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. (2017). *Pembelajaran, Pengajaran dan Asesmen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anugrahdwi. Pengertian Teks Beserta Jenisnya Lengkap. Blog Pascasarjana UMSU 2023. <https://pascasarjana.umsu.ac.id/pengertian-teks-beserta-jenisnya-lengkap/>. Diakses tanggal 3 April 2024.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bella, A. N., & Yudiana, I. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Fashion Haul Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Perempuan. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7(1).
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Desmita. (2010). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik; Panduan Bagi Orang Tua dan Guru dalam Memahami Psikologi Anak, Usia SD, SMP, dan SMA*. Bandung: Resmaja Rosdakarya.
- Dhia, A. (2023). Arti OOTD dalam bahasa gaul beserta jenisnya, 2023. Tersedia di <https://plus.kapanlagi.com/arti-ootd-pengertian-beserta-dengan-jenisnya-6347ff.html?page=2>. Diakses tanggal 13 Desember 2023.
- Diandra, N. A. *Pengertian New Media dan Manfaatnya*. 2021. Perpustakaan BSN Tersedia di <https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1673>. Diakses tanggal 20 November 2023.
- Djamal, H., & Andi, F. (2015). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Era, A. U. (2023). Analisis Isi Kualitatif Edukasi Parenting Pada Akun Tiktok Halimah @dailyjour. *Skripsi*. Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Febry, A. P. (2023). Analisis Konten Tik Tok Terhadap Perilaku Konsumtif Perempuan Generasi Z Dalam Berbelanja Online (Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2017). *Skripsi*. Universitas Amikom Yogyakarta.
- Flew. (2008). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Imron, R. M. (2018). TikTok Jadi Aplikasi Terbaik di Play Store. Tersedia di: https://inet.detik.com/mobile-apps/d43._Diakses tanggal 20 November 2023.
- I Carolin, GD Victoria, S Dina, M Nastain (2023). Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*
- I. P. Dharmawan, S. S. P. (2022). Analisis Konten Video Iklan Pada Aplikasi tiktok untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Nusantara Hasana Journal*. 2(3), 393-401.
- Ismail, N., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Kontenesia. "Apa Itu Caption Instagram". <https://kontenesia.com/apa-itu-caption-instagram/>. Diakses: 3 April 2024.
- Kotler., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Krippendorff, K. (1993). *Analisis Isi (Pengantar, Teori dan Metodologi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, tesis dan Disertasi Riset Media, Public relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Kurnia, E. A. (2023). *Negara dengan Pengguna Tiktok Terbanyak 2023, Indonesia Peringkat 2*. Tersedia pada data.goodstats.id. Diakses pada 30 Oktober 2023.
- Kusuma, P. W. (2020). *Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*. Tersedia di <https://tekno.kompas.com/read/2020>. Diakses tanggal 20 November 2023.
- Lubis, A. Y. (2014). *Filsafat Ilmu: Klasik Hingga Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Maulidiya, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Remaja (Studi Pada Pelajar SMAN 1 Pringsewu). *Skripsi. Universitas Lampung* Millah, S. (2023). Konten “Racun” pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Mc Quail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.
- Miles, M. B., & A. M. Huberman. (2007). *Qualitative Data Analysis (Terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja.
- M. R. Solomon. (2016). *Customer Behaviour Buying, Having and Being, 12 Edition*. USA: Pearson Education.
- Muhadjir, N. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi (GP Press Group)
- Novi, F., & Danang, T. (2017). Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hastag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *Jurnal Promedia*, 3(2), 252-273.
- Nooriah, M. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar). *Jurnal Universitas Negeri Makassar*.
- Nurhayati, E. (2019). *Cipta Kreatif Karya Sastra*. Bandung: Yrama Widya.
- Ortiz, A. L. (2014). *Modelo de J. Galen Saylor y William Alexander. Diseño y Evaluación Curricular* (pp.261-264).
- Putra, A. (2024). Visualisasi Adegan Film Laga sebagai Ide Penciptaan Karya Seni Lukis. *Skripsi. ISI Yogyakarta*.
- Rahmanita, G., & Agus, Y. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Insani.
- Reza, P., Ari, S., & Imaddudin. (2021). Analisis Isi Konten Edukasi Funfact pada Akun Tiktok @buiramira. *Verba Vitae: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(1), 48-64.

- Safitri, Y., & Heidy, A. (2023). Peran Konten Promosi *Spill Outfit* di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5253-5262.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sensor Tower. (2021). *Top Social Media Apps Worldwide for August 2020 By Downloads*. Tersedia di <https://sensortower.com/blog/top-social-media-apps-worldwide-august-2020>. Diakses tanggal 20 November 2023
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suha, M. N., Khresna, B. S., & Dini, O. (2021). Pengaruh *Influencer Review* Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNS Angkatan 2018-2020. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 7(2).
- Sulistijani, E., & Parwis, F. Y. (2019). Strategi Penerjemahan Subtitling dalam Film". *Deiksis*, 2019, 11(03).
- Sutopo, H. B. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*. Surakarta: Sebelas Maret Press.
- Thohiroh, Q.A. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widjaja, A.W., & M. Arsyik W. (2004). *Komunikasi Administrasi, Organisasi, dan Manajemen Dalam Pembangunan*. Jakarta: Bina Aksara.