

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*. Kencana.
- Cahyono, A. S. (2016). Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140–157.
- Hasan, I. (2008). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Khomsahrial, R. (2016). *Komunikasi Massa*. PT Grasindo.
- Masri Singarimbun. (1989). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: individu hingga massa*. Kencana Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers.
- Rachmat Kriyantono. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Kencana.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan, dan E. A. K. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta.
- Riduwan, & Sunarto. (2009). *Pengantar Statistika*. Alfabeta.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2005). *Teori Komunikasi Massa*. Kencana.
- Siagian, S. p. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Singarimbun, M. dan S. E. (2020). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardi. (2013). *The Science of Motivation (Kitab Motivasi)*. PT. Gramedia.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. MedPress.

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @ bowo \_ allpennliebe ). *Jurnal Komunikasi, Vol 9 No.2 September 2018, 9(2), 1–10.*

Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa.* PT Rajagrafindo Persada.

### **Internet**

Ahmad Andi, S. (2021). *Pengguna Tiktok Di Indonesia Sudah Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun.* Diakses Pada 1 Februari 2022 <https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun>

Anggraeni Luthfi. (2022). *Industri Aplikasi Mobile Akan Pecahkan Rekor Pada 2022.* Diakses Pada 1 Februari 2022 <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/9K5X74Rk-industri-aplikasi-mobile-akan-pecahkan-lebih-banyak-rekor-pada-2022>.

Nunni Paradisa. (2022). *7 Akun Tiktok Yang Bikin Konten Edukasi, Yuk Tambah Wawasan!.* Diakses Pada 16 Februari 2022 <https://www.hipwee.com/hiburan/konten-edukasi-tiktok/>.

Ram. (2021). *Fakta-fakta Menarik Bu Ira Mira TikTok, Konten Kreator Edukasi Kuliah dan Juga Dosen Unpad.* Diakses Pada 16 Februari 2022 <https://kuyou.id/homepage/read/18583/fakta-fakta-menarik-bu-ira-mira-tiktok-konten-kreator-edukasi-kuliah-dan-juga-dosen-unpad-gaes>.

