

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adnan, S. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar Sulawesi Selatan: Aksara Timur.
- Agus Efendi, Puwani Indri Astuti, N. T. R. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(1), 9.
- Al-Faruq, S. S. (2020). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2540>
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Atikah, S. (2018). *Hubungan Kebutuhan Relatedness Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja*. Tesis, Fakultas Psikologi. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Danis, P. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Bandung: PT. Alex Komputindo.
- Deddy, M. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 7(2), 77–83.
- Dessy, T. (2012). KEBEBASAN INFORMASI DI ERA MEDIA ONLINE. *BPPKI*, 10.
- Fatmawaty, R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Jurnal Reforma*, 2(1), 55–65. <https://doi.org/10.30736/rfma.v6i2.33>
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2019). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta

- Angkatan 2019. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46.
- Hurlock, E. B. (1980). *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*. Fifth Edition. McGraw-Hill, Inc.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kaplan, A. M. . M. H. (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1002. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.380>
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kurniawan, P. W. (2014). Cluster Random Sampling . *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 06(April), 51–52.
- Kusuma, P. W. (2020). *Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*. <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2020/02/25/11180077/Di-Balik-Fenomena-Ramainya-Tiktok-Di-Indonesia?Page=all>.
- Lee, J. E., & Watkins, B. (2016). YouTube vloggers’ influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5753–5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Rosdakarya.
- Mahlina, M. (2019). Komunikasi Politik Dalam Demokrasi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.unsil.ac.id/810/>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa (6th ed.)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT

Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. 16–32.

Onong, E. U. (2006). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.

Pamungkas, R. T., & Djulaeka. (2019). Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394–423.

Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2014). Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *KomuniTi*, VI(2), 95–103. <http://portalpengusaha.com/marketing>

Priambodo, B. (2018). Pengaruh “Tiktok” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. *Skripsi*, 74.

Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS-Bagi Mahasiswa Dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Bandung: PT. Alex Komputindo.

Ramadhan, A. N., & Soenarto, S. (2015). Pengaruh Persepsi Siswa Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Teori Kejuruan Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(3), 297. <https://doi.org/10.21831/jpv.v5i3.6485>

Ramadhany, P. A., Soeharto, T. N. E. D., & Verasari, M. (2016). Hubungan Antara Persepsi Remaja Terhadap Keberfungsian Keluarga Dengan Kematangan Emosi Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 1(1), 17–26. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v1i1.1076>

Riyanto, Slamet, and A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.

- Rooslain, W. (2018). *5 Hal yang Bisa Diketahui dari Rumah Susun Kemayoran*. [https://pingpoint.co.id/berita/5-Hal-Yang-Bisa-Diketahui-Dari-Rumah-Susun-Kemayoran/](https://pingpoint.co.id/berita/5-hal-yang-bisa-diketahui-dari-rumah-susun-kemayoran/).
- Salim, A. (2016). *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Santoso. (2015). *SPSS20 Pengolahan Data Statistik Di Era Informasi*. Jakarta: PT.Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 52–66. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/516>
- Sofyan. (2020). Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- 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. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0238>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukardi. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sumadira, H. A. . (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surachman Yuniar, F. (2021). Pengguna Youtube Channel “Cine Crib” Dalam Meningkatkan Minat Menonton Film di Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN*. Pusdik SDM Kesehatan.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Syahputra, N., & Arwandi, J. (2014). Persepsi Masyarakat Kota Padang Terhadap Olahraga Renang di Kota Padang. *Patriot*, 164–170.

Vardiansyah, D., & Delliana, S. (2020). The impact of digital labor: Innovation or exploitation? (critical perspective of christian fuchs on economy politics of social media). *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5 Special Issue), 620–625.

Watie, E. D. S. (2015). Membaca Kearifan Lokal Dalam Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Transformatika*, 13(1), 20.
<https://doi.org/10.26623/transformatika.v13i1.105>

