

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, W. (2020). *Jurus jitu menguasai copywriting: Strategi sukses membangun bisnis dan meningkatkan pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Bahri, A., Damayanti, C. M., Sirait, Y. H., & Alfarisy, F. (2022). Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa Inggris di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1).
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003009498>
- Duarte, E., Gomes, D., Campos, D., & R. L. A. (2019). Distributed and scalable platform for collaborative analysis of massive time series data set. *Proceedings of the 12th International Conference on Agents and Artificial Intelligence*. <https://www.scitepress.org/Papers/2019/78347/78347.pdf>
- Erwin et al., (2024). *Manajemen pemasaran: Teori dan strategi*.
- GMLS. (2024). <https://www.gmls.org/>
- Hariadi, U., Suratman, Gunawan, T., & Armawi, A. (2019). Kearifan lokal komunitas sebagai modal sosial dalam manajemen bencana alam. *Majalah Geografi Indonesia*, 33(2).
- Jalinur, & Laksmi. (2022). TikTok sebagai wadah penyimpanan memori kolektif dan penyebaran informasi dalam edukasi parenting. *Jurnal Al Maktabah*, 7(1).
- Madara, D. (2019). *The concept of community and sense of belonging*. GRIN Verlag.
- Miil, D. (2012). *Content is king*. Routledge.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rosmiati, V. (2013). Penerapan metode pembelajaran brainstorming untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis. [Informasi penerbit tidak tersedia].
- Widi, S. (2023). TikTok jadi medsos utama Gen Z untuk cari informasi pada 2022. *Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>