

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. N., Arianto, A., & Saeni, R. (2023). Influencer sebagai media promosi pariwisata Sulawesi Selatan (Studi kasus pada akun Instagram @Visitsulsel.id). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 42–61.
- Ambat, Y. T., & Lesmana, F. (2024). *Megawati vs Jokowi di Pemilu 2024 (Analisis semiotika desain sampul Majalah Tempo Bara Dalam Sekam Jokowi-Mega)* [Doctoral dissertation, Petra Christian University].
- APA, T. A. P. A. (Ed.). (2020). *Publication manual of the American Psychological Association*. American Psychological Association.
- Hand, M. (2022). The visual in social media: Understanding visual objects, mobilities, and practices. In L. Sloan & Q.-H. (Eds.), *The Sage handbook of social media research methods* (2nd ed., pp. 185–199). Sage.
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm- Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 261–268.
- Kustiawan, W., Ramadhan, M., & Habiibii, M. N. (2023). Analisis penggunaan Tik-Tok terhadap gaya hidup Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Muhammad, R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Virtual tourism sebagai alternatif wisata saat pandemi. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 53–60.
- Rachmawati, F., & Anita, D. R. (2023). Konten edutainment di media sosial TikTok @pilihjurusan.id: Edutainment content on TikTok social media @pilihjurusan.id. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 40–46.
- Rani, S. A. S., Wijayanti, C. N., & Setiawan, A. A. (2023). Representasi pernikahan dini pada film "Yuni" (Analisis semiotika Roland Barthes).

- MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 37–47.
<https://doi.org/10.35842/massive.v3i2.93>
- Sarifiyono, A. P., Kusumawardhani, A. P., Rusnendar, E., Priyana, I., Pujiyanto, A. B., Purnama, S., & Saberina, S. (2024). Tourist involvement in creating social media content on Tiktok and its impact on destination promotion. *Commercium: Journal of Business and Management*, 2(4), 179–189.
- Sunarso, B., & Mustafa, F. (2023). Analysing the role of visual content in increasing attraction and conversion in MSME digital marketing. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 193–200.
- Wei, Y., Liu, H., Zhuo, W., & Park, K.-S. (2025). The influence of social media attributes on impulsive travel intentions: Integrating the Stimulus–Organism–Response Theory and Information Adoption Model. *Sustainability*, 17(10), 4404.
<https://doi.org/10.3390/su17104404>
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021). Analisis semiotika Roland Barthes dalam film Bintang Ketjil karya Wim Umboh dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 7(1), 30–43.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya : Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll.* (ketiga). Komunitas Bambu.
- Rizaty, M. A. (2025, April). *Data Jumlah Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia 3 Tahun Terakhir hingga Januari 2025*. DataIndonesia.Id.
<https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-aplikasi-tiktok-di-indonesia-3-tahun-terakhir-hingga-januari-2025>

- Wei, Z., et al. (2024). The effectiveness of content marketing in building brand awareness. *Journal Markcount Finance*, 2(2), 229–239. <https://doi.org/10.70177/jmf.v2i2.1288>
- Simanjuntak, M., et.al (2023). *Selfie-marketing: Sebuah epistemologi branding* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan media promosi berbasis aplikasi tiktok untuk meningkatkan minat beli produk ukm dm- seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), Hal 70-80.
- Sri, Cindy, Hayati Ratih, and Hasanah Sudradjat. 2022. “Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 4(3):415–26. doi: 10.37531/sejaman.v4i3.2785.
- Kadekova, Z., & Holiencinova, M. (2018). Influencer Marketing as a Modern Phenomenon Creating a New Frontier of Virtual Opportunities. 81 Strategi Komunikasi Persuasif Influencer Shopee Indonesia Sebagai E-commerce Live Streamer, Sorta Yocevina Putri Rumapea, Universitas Multimedia Nusantara *Communication Today*, No. 2. <https://www.communicationtoday.sk/influencer-marketing-as-a-modernphenomenon-creating-a-new-frontier-of-virtual-opportunities/>

Sobur, Alex. (2003). Analisis Teks Media suatu Pengantar. Bandung: Rosda Karya.

Sobur,

Alex. (2009). Semiotika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Sobur,

Alex. (2006). Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk analisis

Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing. Edisi Keempat. Bandung: PT.

Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. (2004). Semiotika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. (2003). Semiotika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications.

Hasan, M., Salim, A., & Yusuf, S. (2023). Pengaruh Pendekatan Konstruktivisme terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar. Jurnal Pendidikan Inovatif, 5(2), 45-58.

