

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Akbar, M. F., Ati, H. D. L., & Sukarson, A. (2024). Peran TikTok dalam meningkatkan brand awareness di kalangan milenial dan Gen Z. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 52–57.
- AS, N. D., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6846–6853.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh brand awareness, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace Shopee (studi pada mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: Tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Felik, Y., & Manggu, B. (2024). Peran komunikasi pemasaran dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan: Pendekatan strategi. *Mount Hope Management International Journal*, 2(1), 91–99.
- Isnaini, D. N. R. (2024). Analisis strategi branding melalui konten kreatif di media sosial TikTok @azawear. *Konferensi Media dan Komunikasi*, 1(1), 1–9.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.

- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran copywriter dalam membangun brand awareness Sarimi Puass di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 7.
- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451.
- Nur, A., & Utami, F. Y. (2022). Proses dan langkah penelitian antropologi: Sebuah literature review. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya*, 3(1), 44–68.
- Putri, Z. N. (2023). Inovasi desain konten TikTok terhadap penyebaran informasi komunikasi di masyarakat. *VcoDe: Visual Communication Design Journal*, 3(1), 64–70.
- Rahadi, D. R., & Wardiman, C. (2022). Strategi pemasaran UMKM di masa pandemi COVID-19. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 96–106.
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646–10653.
- Ramadhan, K. M., Anshori, D. S., & Fuadin, A. (2024). Bahasa iklan dengan teknik *copywriting* AIDA di habiskerja.com. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 618–630.
- Ruqoyyah, U., & Rahmawan, G. (2023). Pengaruh *copywriting* promotion, online customer review, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui keranjang kuning pada aplikasi TikTok. *Jurnal Edueco*, 6(1).
- Simanjuntak, A. I. M., & Shabrina, A. (2024). Analisis strategi komunikasi pemasaran Tim Skin Game dalam meningkatkan brand awareness melalui media sosial TikTok. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(2), 757–762.
- Susilowati, S. (2018). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai personal branding di Instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.

- Suleman, D. (2023). Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1-6.
- Utomo, H., Nurputra, D. K., & Ardhani, R. (2023). Konvergensi kebijakan riset dan inovasi untuk resiliensi industri alat kesehatan di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI*, 12(1).
- Utomo, S. B., Laksmono, R., Kurniawan, R., & Judijanto, L. (2024). Pengaruh komunikasi pemasaran, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513.
- Widiawanti, O., & Anom, E. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai referensi wisata: Studi kasus pada karyawan Indomaret di Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 37–46.
- Widyantoro, S. C. (2023). Pengimplementasian Keilmuan Copywriting Dalam Perancangan Konten Sosial Media Technic.
- Wulandari, S., Zahiroh, M. Y., Maknunah, L. L., & Halizah, S. N. (2025). Peran konten TikTok dalam mengembangkan branding sebagai media bisnis digital yang berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian pengaruh *copywriting* kreatif terhadap identitas brand Kedai Kopi Takeaway di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16.

Buku dan Disertasi

- Aaker, D. (2018). *Manajemen ekuitas merek: Memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (2012). *Building strong brands*. Simon and schuster.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Alaslan, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Center for Open Science.
- Amalsyah, G. D. (2024). *Strategi pemasaran TikTok untuk meningkatkan brand awareness produk di PT. Ayo Menebar Kebaikan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Anggreni, A. F. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran digital melalui key opinion leader untuk meningkatkan penjualan produk baru* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Asiani, F. (2020). *Persuasive copywriting: Sebuah seni menjual melalui tulisan*. Anak Hebat Indonesia.
- Aulia, L. R. (2024). *Efektivitas pemasaran digital produk umrah dalam meningkatkan jumlah jemaah Haqeen Travel Jakarta* (Jurnal Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi), 12 (2).
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Bianca, J. E. (2024). *Strategi pemasaran digital terhadap peningkatan brand awareness melalui Instagram The Monday Ritual* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
<https://repository.bakrie.ac.id/11126/2/01.%20BAB%20I-III.pdf>
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed*.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (9th ed., Global ed.). Pearson.
- Dartiningsih, B. E. (2016). *Gambaran Umum Lokasi, Subjek, Dan Objek Penelitian*. Buku Pendamping Bimbingan Skripsi.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Qiara Media.
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., ... & Hakim, A. R. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Ismail, S. W. (2019). *Metode penelitian sosial*. Gawe Buku, CV. Adi Karya Mandiri.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson India Education Services.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.

- Mulyono, S., & Pustaka, D. (2025). *Digital marketing: Strategi modern untuk kesuksesan bisnis di era digital*. Detak Pustaka.
- Nurtial, H. (2020). *Copywriting: Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital*. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Park, S. (2020). *Marketing management* (Vol. 3). Seohee Academy.
<https://zlib.pub/download/marketing-managementfifteenth-edition-5c192rflknh0?hash=f05eb0bdd95ca45a8518219f2ff1d5fd>
- Rahadiani, S. A. (2024). *Pengaruh strategi influencer marketing @iben_ma terhadap brand awareness Rumah Makan Sambal Bakar Indonesia (Survei pada platform media sosial TikTok @iben_ma)* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Rodrigues, D., & Martinez, L. F. (2020). The influence of digital marketing on recruitment effectiveness: a qualitative study. *European Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1108/ejms-09-2020-002>
- Scott, D. M. (2024). *The new rules of marketing & PR: How to use content marketing, AI, social media, podcasting, video, and newsjacking to reach buyers directly*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi konten digital*. PT Rekacipta Proxy Media.

Website

- ByteDance. (2024). *Health GNE Policy: Guidelines on health-related content*.
<https://bytedance.sg.larkoffice.com/docx/Slwjda9y2owyPVxLFcdlcGm9gVY>
- Kompas.com. (2024, October 25). Indonesia pengguna TikTok terbesar di dunia tembus 157 juta, kalahkan AS. *Kompas Tekno*.
<https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as>
- TikTok. (2025). *TikTok Advertising Policies*.
<https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies>
- TikTok Newsroom (2024). *Pembaruan lainnya untuk membantu komunitas TikTok berkreasi dan berbagi dengan aman*. TikTok Newsroom. Diakses pada 5 Juni 2025, dari

<https://newsroom.tiktok.com/in-id/pembaruan-lainnya-untuk-membantu-komunitas-tiktok-berkreasi-dan-berbagi-dengan-aman#>

We Are Social. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*.
<https://wearesocial.com>