

DAFTAR PUSTAKA

- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103-116. <https://dx.doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- Anam, U. G., & Fasa, M. I. (2024). PEMASARAN PADA APLIKASI TIKTOK: TRANSFORMASI PENERAPAN PEMASARAN APLIKASI TIKTOK DALAM MEMBANGUN BISNIS DAN BRAND PRODUK DI ERA DIGITAL DAN MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN. *IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2(3), 515-525.
- Anggrayni, D., Syahidah, F. Q., & Wati, R. (2025). Analisis konten live streaming Shopee Wardah sunscreen sebagai optimalisasi komunikasi pemasaran digital 5.0. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 9(1), 77–86.
- Anwaruddin, M. (2024). *Analisis strategi komunikasi interaktif streamer @DOGTEXT melalui tayangan live streaming TikTok dalam memanfaatkan fitur gift (Studi kasus akun TikTok @DOGTEXT)* (Skripsi). Universitas Bakrie, Jakarta.
- Ardiansyah, Risnita, & 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.
- Bachtiar, A. D., & Ekayanthi, D. (2025). STRATEGI DIGITAL MARKETING OPTIK KASOEM VISION CARE DI INSTAGRAM @KASOEMVISIONCARE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 499-504.
- Chandra, E. (2023). Kekuatan algoritma dalam komunikasi pemasaran digital aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*, 7(2), 1-10. <https://doi.org/10.55115/duta.v7i2.3860>
- Chen, J., & Liao, J. (2022). Antecedents of viewers' live streaming watching: A perspective of social presence theory. *Frontiers in Psychology*, 13, 839629. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.839629>
- Diarya, A. F. G., & Rafida, V. (2023). Pengaruh live streaming TikTok terhadap kepercayaan konsumen produk Jims Honey di Surabaya dan dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 125–133.
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis pemasaran digital: Strategi konten live streaming TikTok untuk memasarkan produk affiliate (Skripsi). Universitas Singaperbangsa Karawang.

- Evanita, S., Fahmi, Z., & Syawalki, L. (2023). Studi Komunikasi Pemasaran Interaktif berbasis Live Streaming Online dalam menciptakan keterlibatan Konsumen. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12(1).
- Fahma, F., & Safitri, D. (2024). Dinamika identitas budaya dalam era globalisasi: Tantangan dan kesempatan media sosial terhadap budaya masyarakat lokal. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 3675–3682.
- Fillah Haikal. (2024). Analisis komunikasi interaktif pada tayangan live streaming gamers di kanal TikTok @GigiCeraI (Skripsi). Universitas Bakrie, Jakarta.
- Firda Sania, A.M., & Febriana, P. (2024). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *CONVERSE Journal Communication Science*.
- Hafidz, M. A., Suyanto, B., & Hasian, I. . (2026). Strategi Visual Branding Produk Intangible pada Konten Feed Instagram @peruri.digital. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 3(2), 4195-4214. <https://doi.org/10.62710/fpqnk561>
- Hidayat, M. H., & Abadi, T. W. (2024). Strategi Komunikasi Visual *Live Streaming* Shopee JKT48 Zee dan Freya. *Journal of Education Research*, 5(4), 4473–4484. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.824>
- Jauhariya, K. C., Yunus, M. I., & Pamuji, E. (2022). Strategi citra *living with aesthetic and quality reviewer* pada platform TikTok Live Natasha Surya. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(4), 27–37.
- Kapur, R. (2020). *Models of communication*. University of Delhi.
- Karantinou, K., & P. Ntzoumanika. 2026. “ Integrating E-Servicescapes and Web Atmospherics: A Systematic Literature Review Applying the TCCM Framework.” *International Journal of Consumer Studies* 50, no. 1: e70156. <https://doi.org/10.1111/ijcs.70156>.
- Kholiza, R. N. (2023). Komunikasi interaktif. *Jurnal Komunikasi Digital*.
- Kristiyono, J. (2022). Konvergensi media: Transformasi media komunikasi di era digital pada masyarakat berjejaring. Prenada Media.
- Lukmana, D. I., Aziz, M. A., & Rohmadi, Y. E. (2024). Analisis faktor penentu kesuksesan penjualan dengan aplikasi TikTok sebagai media *live streaming* penjualan (Skripsi). Universitas Boyolali.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833.

- Prameswari, D., & Azzahra, F. (2023). Managing value co-creation in digitalization: The role of consumer's ethical perception and Islamic relationship quality. *JMBPreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 3(1), 4–11.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (Definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rahmana, P. N., N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Jurnal Teknologi Pendidikan*.
- Ratnasari, D., & Fachrian, Z. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi bisnis untuk meningkatkan brand awareness. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(1), 30–41.
- Rianti, F. (2025). Pengaruh platform digital terhadap pola konsumsi di kalangan milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 1791–1796.
- Slice.id. (2024, Desember 12). Tren pengguna media sosial dan digital marketing Indonesia 2024. Slice.id. <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Subagyo, A., & Kristian, I. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Aksara Global Akademia.
- Suma, D., & Siregar, B. A. (2023). *Bisnis digital*. CV. Azka Pustaka.
- Widyaningsih, A., Ramadhani, N., & Handoyo, W. S. (2024). Bisnis online shop di kalangan generasi milenial melalui media sosial. *Az-Ziyadah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 108–114.
- Yasser, A. S., & Gayatri, G. (2023). *The role of live streaming in building consumer trust, engagement, and purchase intention in Indonesian social commerce thrift clothes sellers*. *ASEAN Marketing Journal*, 15(2). <https://doi.org/10.21002/amj.v15i2.1224>
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *k(1)*, 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87