

DAFTAR PUSTAKA

- Al Faris, A. N., Seyma, Q. N., Soegiarto, A., Imsa, M. A., & Kholik, A. (2025). Pengaruh kredibilitas konten TikTok @dokterdetektif terhadap minat beli produk skincare. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 496–510. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4353>
- Harwansya, D. P., & Mahfudz. (2023). Pengaruh kredibilitas micro-influencer terhadap minat beli produk skincare lokal Somethinc dengan sikap merek sebagai variabel mediasi (Studi pada pengguna media sosial TikTok di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(2), 1–14.
- Ismail, J. R., Fauziyah, N. Z., Rahmapuspita, R., Aulia, Z., & Alya, N. (2026). Analisis kredibilitas label "Tasya Farasya Approved" dalam membangun kepercayaan konsumen di platform TikTok. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Maharani, B. C. (2023). Pengelolaan personal branding konten kreator lokal "Tombro Widodo" dalam memperoleh pendapatan di media sosial TikTok. *Media and Empowerment Communication Journal*.
- Seftyani, A. I., & Setyanto, Y. (2026). Interpretasi Generasi Z terhadap kredibilitas Tasya Farasya sebagai influencer kecantikan dalam promosi produk Somethinc di TikTok. *Prologia*, 10(1), 62–69. <https://doi.org/10.24912/pr.v10i1.37194>
- Barta, Kristen, dan Nazanin Andalibi. 2021. "Constructing Authenticity on TikTok: Social Norms and Social Support on the 'Fun' Platform." *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 5(CSCW2):1-29. doi: 10.1145/3479574.
- Barta, Sergio, Daniel Belanche, Ana Fernández, dan Marta Flavián. 2023. "Influencer Marketing on TikTok: The Effectiveness of Humor and Followers' Hedonic Experience." *Journal of Retailing and Consumer Services* 70:103149. doi: 10.1016/j.jretconser.2022.103149.
- Debora, Devy, Masduki Asbari, dan Risa Agustini. 2023. "From Connections to

Oppportunities: Pengaruh Personal Networks terhadap Pengembangan Karier."

Dewi, Kemala. 2023a. "Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3(2):507-14. doi: 10.54082/jupin.189.

Dewi, Kemala. 2023b. "Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3(2):507-14. doi: 10.54082/jupin.189.

Haroen, D. (2014). *Kredibilitas: Kunci kesuksesan berkiprah di dunia politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Maharani, B. C. (2023). Pengelolaan kredibilitas konten kreator lokal "Tombro Widodo" dalam memperoleh pendapatan di media sosial TikTok. *Media and Empowerment Communication Journal*, 2(1), 17–29. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/mecomm/article/view/4549>

Hayat, M. A., Rahman, M. W., Norkhalifah, N., Nuriadin, D., & Permadi, S. (2024). Komunikasi politik kredibilitas Ibnu Sina melalui media sosial Instagram @Ibnusina. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(8), 4168–4182. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.20385>

Rahardjo. 2019. *"The Masterbook of Kredibilitas"*

Ahmad Faridi, dkk. (2022). *Pengantar Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita

Menulis.

ISBN:

978-623-342-575-9

https://www.researchgate.net/publication/366955389_Pengantar_Komunikasi_Pemasaran