DAFTAR PUSTAKA

Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., & Azmi, M. A. (2022). Analisis digital marketing Tiktok Live sebagai strategi memasarkan produk UMKM Anjab Store. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital, 2(1), 13–24.

Ardiyono, A., dkk. (2024). Pemanfaatan konten edutainment dalam pemasaran digital di media sosial TikTok. Jurnal Komunikasi dan Media, 5(1), 45–58.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson Education.

Darsana, I. M. (2022). Komunikasi pemasaran terpadu dalam strategi pemasaran digital. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 10(2), 115–125.

Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (Studi kasus akun TikTok Javafoodie). Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12(1), 65–71.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change. Yale University Press.

M, N. A., & Astuti, V. F. (2025). Strategi pemasaran Vitoza Madu Pahit di Tiktok melalui konten komedi situasional. Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 9(1), 445–455.

Maharani, P. A., & Yuniati, Y. (2025). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Jurnal Riset Public Relations (JRPR), 5(1), 61–68.

Meilani, R., & Solihat, A. (2025). Soft selling strategy through entertaining content on TikTok. Jurnal Pemasaran Digital Indonesia, 3(1), 89–101.

Nangoy, S., & Tampi, J. R. E. (2023). Efektivitas fitur interaktif TikTok dalam meningkatkan keterlibatan konsumen. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(2), 201–210.

Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai media promosi pemasaran dalam bisnis online. Jurnal Minfo Polgan, 12(2), 2543–2550.

Nufus, H., & Handayani, S. (2022). Peran algoritma For You Page (FYP) TikTok dalam memperluas jangkauan promosi merek lokal. Jurnal Media dan Komunikasi, 4(2), 112–124.

Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis teknik digital marketing pada aplikasi TikTok (Studi kasus akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 18(1), 49–60.

Rubiyanto, R., Herari, N., & Waluyo, W. (2024). Komunikasi pemasaran digital: Analisis kolaborasi konten komedi pada dua merek berbeda di Instagram. Scriptura, 14(1), 59–71. https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.59-71

Sanin, S. B. F., & Zuhri, S. (2024). Strategi personal branding Rudi Surya sebagai konten kreator komedi melalui akun TikTok @rudisuryaa. JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(6), 6007–6012.

Shimp, T. A. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi (Ed. 8). Salemba Empat.

Setya Dwi, I., Jayanti, A., & Kusumawardhani, D. (2023). Social media marketing melalui TikTok sebagai sarana pemasaran produk UMKM fashion 'Tulus

Signature' dan 'Ghaffa The Label'. NOCTIS: Jurnal Mahasiswa Manajemen Administrasi, 2(1), 16–29.

Weinberger, M. G., & Gulas, C. S. (1992). The impact of humor in advertising: A review. Journal of Advertising, 21(4), 35–59.

Winoto, Y. (2015). Penerapan teori kredibilitas sumber (Source of Credibility) dalam penelitian-penelitian layanan perpustakaan. Edulib, 5(2), 1–14.