

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nur.A, Rusnali. (2021) Pengaruh User Generated Content (UGC) Tiktok dalam dunia kesehatan, Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 2021
- Algasmı Deka M (2020) strategi komunikasi persuasif media instagram fuadbakh dalam menanamkan nilai-nilai islam terhadap followers nya
- Alifah, Lira. (2020) Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Bolter, J. David; Grusin, Richard. (2000) Remediation: Understanding new media. MIT Press.
- Bustomi, Aripin. (2016) Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang).
- Cangra, Hafied. (2014) Pengantar ilmu komunikasi, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Chen, Yan; Yu, Tian. (2020) *"Live Streaming for Political Campaigns: Persuasive Affordances, Political Mindfulness, and Political Participation"*. AMCIS 2020 Proceedings.
- Cruz, Daniel. (2021) How to Create a UGC Strategy on TikTok.
- Deng, Wenqi. (2022) *A pragmatic study of persuasion strategies in Chinese E-Commerce Live Streaming Sales Discourse*.
- Editorial Team. (2021) Understanding Community Commerce.
- Effendy, Onong Uchjana. (2011) Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fairus. (2020) Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem dan Prosedur Penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja pada PT Pancaran Samudera Transport, Jakarta.
- Feroza Cindie Sya'bania, Misnawati Desy. (2020) Penggunaan media sosial Instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan.
- Grace, Maura; Chilingaryan, Marina. (2022) *The Complete Brand Guide to TikTok User-Generated Content (UGC), Strategies, and Examples*.
- Gupta, Aakash. (2022) <https://www.aakashg.com/2022/05/23/tiktok/>
- Hennig-Thurau, T. G.; Walsh, G. (2003) *Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet, International Journal of Electronic Commerce*.

Ibid.,h. 24.

Ibid., h. 25.

Ibid., h. 26.

Jandy, Luik, PhD. (2020) Media baru sebuah pengantar.

Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael. (2010) *Social Media: Back To The Roots And Back To The Future.*

Kapetanovic, Adnan. (2015) *Remediation of Television Formats: Intertextuality as a Key Concept.*

Kottler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2016) *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age.*

L.R.O. Hern, M. S.; Kahle, G. (2013) *The Empowered Customer: User Generated Content and the Future of Marketing Global Economics and Management Review.*

Luo, H.; Cheng, S.; Zhou, W.; Yu, S.; Lin, X. (2021) *A Study on the Impact of Linguistic Persuasive Styles on the Sales Volume of Live Streaming Products in Social E-commerce Environment.*

Mardhini, Janitha. (2011) *Makna Budaya The Telkom Way (TTW) 1335 Sebagai Pedoman Berprilaku Bagi Karyawan Divisi Customer Care PT. Telkom Kandatel Bandung Timur.*

Melivia, Salsa. (2022) *Cara Kerja Algoritma TikTok 2022.*

Nainggolan Yunita, Zaini M, Althalets Fareis (2018) *Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur*

Salsa, Melivia. (2022) *Cara Kerja Algoritma TikTok 2022*

Siti, Makhmudah. (2019) *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja.*

Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 29.*

Sugiyono. (2010) *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Surianto, Jesslyn Ellyvia; Utami, Setyo Savitri Lusia. (2021) *Pengaruh Komunikasi persuasif melalui fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian.*

Sya'bania, Feroza Cindie; Desy, Misnawati. (2020) *Penggunaan media sosial Instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan.*

Taprial, Varinder; Kanwar, Priya. (2012) *Understanding Social Media.*

Thaib, Erwin Jusuf. (2021) Problematika Dakwah Di Media Sosial.

Tommy Suprpto, Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi, (Jakarta: Buku Kita, 2009), h.
29-30.

Velantin, Valiant. (2021) Pengelolaan Konten TikTok sebagai Media Informasi.