

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N. W. (2023). Pengaruh Bank Sampah Terhadap Jumlah Sampah Plastik di Indonesia. *Jurnal Alternatif - Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 14(1), 68–73. <https://doi.org/10.31479/jualter.v14i1.57>
- Aisyah, V. N. (2020). Analisis Pesan Persuasif Kelompok Cyberprotest di Twitter. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 182. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1906>
- Asdiniah, E. N. A., & Lestari, T. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1675–1682. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1156/1036>
- Azizah, F. N. (2023). Representasi Diri “Generasi Z” Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kelas 4a2 Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (KONASPOL)*, 1, 129. <https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2364>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran -4/E*. Pustaka Pelajar.
- Devi, R., & Idrus, N. I. (2023). Zero Waste Lifestyle: Gaya Hidup Ramah Lingkungan di Kalangan Anak Muda di Kota Makassar. *Emik*, 6(1), 22–51. <https://doi.org/10.46918/emik.v6i1.1667>
- Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Fitri, A. N., & Muhajarah, K. (2022). Pengaplikasian Elaborated Likelihood Model dalam Strategi Komunikasi Kampanye “Ingat Pesan Ibu.” *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 115–130. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11471>
- Harnita, P. C., & Krisnawati, E. (2022). Perancangan dan produksi video kampanye sosial Indonesia tsunami alert. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 51–58. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1050>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif*. Rosdakarya.
- Kotler, Keller, P., & Lane, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Marerei, E., Virgiana, B., & Novitasari, D. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Sanitasi Pada Desa Tualang Kecamatan Lengkiti. *Jurnal Massa*, 1(2), 180–188. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Pt Remaja Rosdakarya.
- 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. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>

- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. RajaGrafinfo Persada.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Ampersand Publisher Services.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution, 2nd Edition*. Rowman.
- Rahma, A., Azizi, H., Wulandari, L., Sahertian, N., & Sumanti, W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, 2(2), 58–67. <https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647>
- Riau, U., Bina, K., Km, W., & Pekanbaru, S. B. (2023). *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi Metode Penelitian*. 5(2), 38–44.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Mixed Methods serta Research Development* (Rusmini (ed.)). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukma Alam. (2020). Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif Untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 136–148. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v8i2.106>
- Tania, C., & Laksono, V. B. (2022). Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @somethincofficial. *Avant Garde*, 10(1), 30. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1800>
- Uljanatunnisa, Febriana, B., & Cahyani, I. P. (2023). Self Love : Pesan Persuasif terhadap Kepercayaan Diri Perempuan Self Love : Persuasive Messages on Women ' s Confidence. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 24–35.
- W.Littlejohn, S., A.Foss, K., & Oetzel, J. G. (2017). THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc.* (Vol. 53, Issue 95).
- Zainuddin, W. A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.