

DAFTAR PUSTAKA

- Angelin, A., & Paramita, S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Customer Engagement Produk Kecantikan di TikTok. *Prologia*, 8(2), 354–362. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27615>
- Barat, T., & Selatan, K. J. (2022). *PEMBINGKAIAN RUANG VISUAL DALAM DESAIN VIDEO MUSIK ANIMASI SABDA ALAM SEBAGAI SENI MENYAMPAIKAN PESAN KAMPANYE*. 11(November).
- kemala dewi. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital Pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zafeerindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 507–514. Di era digital saat ini, strategi komunikasi pemasaran semakin berkembang. Media sosial mempercepat promosi bisnis. TikTok merupakan aplikasi media baru yang menjadi salah satu opsi terbaik untuk media promosi. Zaafer Indonesia yang menjual pakaian muslim
- Lasono, I. N., & Novita, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran di Platform TikTok: Kajian Konten pada Akun @optikalunett_official. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 149–158. <https://doi.org/10.54082/jupin.274>
- Mustikasari, R., Yuningsih, A., Rosyad, U. N., Studi, P., Ilmu, M., Komunikasi, F. I., & Bandung, U. I. (2023). *Strategi Komunikasi Pesan Kreatif Reciprocity Principle Dalam Promosi Produk di Media Sosial Tiktok*. 12(2), 332–349.
- Nauvalia, N., & Setiawan, I. (2022). Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 6(1), 126–138. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>
- Ningsih, S. A., & Muliastuti, L. (2019). *Developing Syllabus and Reading Teaching Materials for BIPA A1 Based on Deductive Approach*. 3, 1–11.
- Ririt Yuniar. (2021). NILAI-NILAI PANCASILA SEBAGAI INSPIRASI SENI KAJIAN PERFORMANCE STUDIES DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI. *Interpretasi Makna Gramatis dan Psikologis Tembang Macapat dengan Analisis Hermeneutik Schleiermacher*, 1(1), 33–41.
- Sintia Putri Andani, & Parihat Kamil. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah Da'i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 3, 69–74. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3006>
- Soraya, N. D., Ramdhani, M., & Oxygentri, O. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Milenial Studio Melalui Media Sosial TikTok. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(3), 802–806. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2183>