

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Ardiansyah. 2023. "Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura." *Tibannndaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 7(1): 15. doi:10.30742/tb.v7i1.2575.
- Ardianto, Deny Tri, Desy Nurcahyanti, Agus Purwantoro, Rahmanu Widayat, Bambang Sulisty, Febi Rahma Putri, Siroj Ibnu Hajar Al Anshori, dan Norhayati Ayob. 2025. "Pelatihan Konten Digital Partisipatif sebagai Upaya Promosi Budaya melalui Tiktok di Desa Kreatif Pereng, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 5(5): 2095–2102. doi:10.54082/jamsi.2076.
- Bouvier, Helene. 2002. 14 *Lèbur: seni musik dan pertunjukan dalam masyarakat Madura*. Yayasan Obor Indonesia.
- Bunga Desyana Pratami, Iqbal Kamalludin Kamalludin, Ahmad Saporwadi, Ikhsan, dan Muhammad Ridho Sinaga. 2025. "Telaah Paradigma Konstruktivisme Guba dan Lincoln dalam Putusan Peradilan Kasus Ferdy Sambo." *Mimbar Hukum* 37(1): 262–92. doi:10.22146/mh.v37i1.17359.
- Creswell, John W, dan J David Creswell. 2017. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- De Oliveira Santini, Fernando, Wagner Junior Ladeira, Diego Costa Pinto, Márcia Maurer Herter, Claudio Hoffmann Sampaio, dan Barry J. Babin. 2020. "Customer Engagement in Social Media: A Framework and Meta-Analysis." *Journal of the Academy of Marketing Science* 48(6): 1211–28. doi:10.1007/s11747-020-00731-5.
- Dr. Farah Ali. 2023. "The Impact of Social Media on Brand Perception: An In-depth Analysis." *Journal for Social Science Archives* 1(1): 37–44. doi:10.59075/jssa.v1i1.5.
- Farhan Ramadan. 2024. "PENANAMAN NILAI-NILAI ISLAM MELALUI KESANIAN HADRAH." *Jurnal Cendekia Ihya* 2(1): 10–18. doi:10.62419/jci.v2i1.60.
- Fathiyah, Fathiyah. 2023. "TikTok dan Kebebasan Bereksprei Di Ruang Digital Bagi Generasi Z." *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(1): 166–77. doi:10.35326/medialog.v6i1.4139.
- Fitriani, Nur Laila, dan Anjar Sulistiyani. 2022. "Seni Hadrah Sebagai Media Dakwah Dalam Membangun Syiar Islam di Masjid." *Ulumul Syar'i: Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum dan Syariah* 11(2): 34–54.

- Fitriani, Nur Laila, dan Anjar Sulistyani. 2023. "Seni Hadrah Sebagai Media Dakwah Dalam Membangun Syiar Islam di Masjid." *Ulumul Syar'i : Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum dan Syariah* 11(2): 34–54. doi:10.52051/ulumulsyari.v11i2.211.
- Girsang, Nitasri Murawaty, dan Lailatul Himni. 2025. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI DAN PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN USAHA SENI DAN BUDAYA PADA GENERASI Z." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 9(3): 1935–53. doi:10.31955/mea.v9i3.6502.
- Guarda, Teresa, Maria Fernanda Augusto, José Avelino Victor, Luis Miguel Mazón, Isabel Lopes, dan Pedro Oliveira. 2021. "The Impact of TikTok on Digital Marketing." Dalam *Marketing and Smart Technologies, Smart Innovation, Systems and Technologies*, ed. Álvaro Rocha, José Luís Reis, Marc K. Peter, Ricardo Cayolla, Sandra Loureiro, dan Zorica Bogdanović. Singapore: Springer Singapore, 35–44. doi:10.1007/978-981-33-4183-8\_4.
- Gumilang, Galang Surya. 2016. "Metode penelitian kualitatif dalam bidang bimbingan dan konseling." *Jurnal fokus konseling* 2(2).
- Hakim, Putri Nabila. 2024. "Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok." *Widya Sundaram : Jurnal Pendidikan Seni Dan Budaya* 2(1): 75–84. doi:10.53977/jws.v2i1.2051.
- Hanifah Alma Daniah, Elang Bakhrudin, dan Alfi Satria. 2025. "Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah." *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 6(2): 126–44. doi:10.59059/tabsyir.v6i2.2156.
- Hanum, Latifah, Ridho Saputri, Yeni Ningsih, Nabilla Armayanti, dan Fitri Nofirda. 2023. "Evaluating the Impact of TikTok Promotions on Online Shops: Literature Study Approach." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11(3): 1287–92. doi:10.37641/jimkes.v11i3.2271.
- Hasanah, Hasyim. 2016. "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)." *At-taqaddum*: 21–46.
- Hidayat, Taufik, dan UM Purwokerto. 2019. "Pembahasan studi kasus sebagai bagian metodologi penelitian." *Jurnal Study Kasus* 3(1): 1–13.
- Humayra, Rachel, Meyniar Albina, U Islam, N Sumatra, U Islam, dan N Sumatra. 2025. "Model-Model Penelitian Kualitatif." *Jurnal Nakula*: 241–45.

- Julia, Mela, dan Alifah Jiddal Masyruroh. 2022. "Literature review determinasi struktur organisasi: Teknologi, lingkungan dan strategi organisasi." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3(4): 383–95.
- Kistia Rindika dan Rini Rinawati. 2023. "Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka." *Bandung Conference Series: Communication Management* 3(1). doi:10.29313/bcscm.v3i1.6208.
- Krisdanu, Cheryl Arshiefa dan Kiranastari Asoka Sumantri. 2023. "TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia." *JURNAL LENSE MUTIARA KOMUNIKASI* 7(2): 24–36. doi:10.51544/jlmk.v7i2.4173.
- Kusumawati, Janisa, dan Ahmad Junaedi Sitika. 2024a. "PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM BAGI GENERASI 'Z.'" *Al-Ulum Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke Islaman* 11(3): 271–83. doi:10.31102/alulum.11.3.2024.271-283.
- Kusumawati, Janisa, dan Ahmad Junaedi Sitika. 2024b. "PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM BAGI GENERASI 'Z.'" *Al-Ulum Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke Islaman* 11(3): 271–83.
- Laraskana, Tiara Nesva, dan Icu M. Sakir. 2025. "PERAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM." *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 6(1): 243–52. doi:10.51353/bw82nf35.
- Li, Fangfang, Jorma Larimo, dan Leonidas C. Leonidou. 2021. "Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, and Future Agenda." *Journal of the Academy of Marketing Science* 49(1): 51–70. doi:10.1007/s11747-020-00733-3.
- Mandal, Pinaki. 2017. "Understanding Digital Marketing Strategy." *International Journal of Scientific Research and Management*. doi:10.18535/ijsrcm/v5i6.11.
- Manurung, Joice, Erman Anom, dan Iswadi. 2023. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment." *Technomedia Journal* 8(2): 248–60. doi:10.33050/tmj.v8i2.2086.
- Mao, Junjun. 2010. "Customer Brand Loyalty." *International Journal of Business and Management* 5(7): p213. doi:10.5539/ijbm.v5n7p213.
- Maulidian, Maulidian, Salwa Fatima Zahra, Anys Tasya Nadela, dan Anisa Fitriani. 2023. "Content categories on Instagram: from promotional to interactivity

for business development.” *Journal of Enterprise and Development* 5(1): 15–34. doi:10.20414/jed.v5i1.6774.

Moch Anton Maulana dan Novi Sri Sandyawati. 2023. “USING TIKTOK SOCIAL MEDIA AS A MARKETING PROMOTION MEDIA IN ONLINE BUSINESS.” *International Journal of Social Science* 3(4): 507–14. doi:10.53625/ijss.v3i4.7151.

Moh. Ahsan Faradisi, Kustiana Arisanti, dan Moch Yunus. 2023. “Strategi Dakwah Islamiyah di tengah Problematika Umat dalam Media Tiktok.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 4(1): 97–103. doi:10.55623/au.v4i1.179.

Mostova, Anastasiia. 2022. “CURRENT TRENDS AND FEATURES OF BUSINESS PROMOTION IN SOCIAL MEDIA.” *Eastern Europe: economy, business and management* (3(36)). doi:10.32782/easterneurope.36-12.

Mujahidin. (1985). *Keindahan Karya Seni Ditinjau dari Beberapa Sudut Pandang Baik Al-Qur'an dan Hadits*. Jakarta: PT. Gunung.

Mulyadi, Mohammad. 2011. “Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya.” *Jurnal studi komunikasi dan media* 15(1): 128–37.

Musianto, Lukas S. 2002. “Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian.” *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* 4(2): 123–36.

Nasrullah, Rulli. 2015. “Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi.” *Bandung: Simbiosis Rekatama Media* 2016: 2017.

Nirwanto, Bagus. 2015. “Musik Hadroh Nurul Ikhwan Di Kabupaten Pemalang: Kajian Aransemen dan Analisis Musik.” *Jurnal Seni Musik (Universitas Negeri Semarang), JSM* 4 (1)(2015): 30–39.

Novianita, Riastri, Wulan Muhariani, dan Cindy Yunita Pratiwi. 2023. “Penggunaan Media Sosial Terutama Instagram Dalam Strategi Komunikasi Yang Efektif.” *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4(1): 389–96. doi:10.37680/almikraj.v4i1.3839.

Novita, Diana, Agus Herwanto, Eko Cahyo Mayndarto, Moch Anton Maulana, dan Hanifah Hanifah. 2023. “Penggunaan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online.” *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2543–50. doi:10.33395/jmp.v12i2.13312.

- Nugroho, J Setiadi. 2003. "Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran." *Jakarta: Penerbit Prenada Media*.
- Oviyanti, Adelia Martha, dan Warih Handyaningrum. 2022. "Pembelajaran Musik Hadrah Al-Banjari Pada Grup El-Hasanuddin di Desa Tebel Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Pendidikan Sendratasik* 11(1): 89–107.
- Panca Nugraha, Aditya, Andini Kurnia, Puji Irawan Pratama Putra, Alip Rahman, dan Diky Dikrurahman. 2024. "The Impact of Social Media on Social Interaction and Self-Identity in Indonesian Society." *Journal of Social Research* 3(9). doi:10.55324/josr.v3i9.2254.
- Parsons, Amy L. 2018. "Social Media Marketing Management: A Conceptual Framework." *Journal of Internet Commerce* 17(2): 81–95. doi:10.1080/15332861.2018.1433910.
- Politeknik Negeri Bandung, Lina Setiawati, Nono Wibisono, dan Politeknik Negeri Bandung. 2020. "Elements of Social Media Marketing: A Holistic Framework in Online Culinary." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 16(3): 261–69. doi:10.31940/jbk.v16i3.2101.
- Priatama, Ryan, Ilham Hilal Ramadhan, Az- Zuhaida, Awanis Akalili, dan Febriansyah Kulau. 2021. "ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial)." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18(1): 49–60. doi:10.21831/socia.v18i1.40467.
- Putra, Harish Maulana, dan Choirul Fajri. 2025. "Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Promosi untuk Pengenalan Industri Kuliner di Yogyakarta melalui Akun TikTok @makanandiyogya." *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)* 9(2): 639–45. doi:10.35870/jtik.v9i2.2017.
- Ramadhan, Reza Bakhtiar. 2017. "Latihan Hadroh di Dusun Banyunganti Kidul (Studi Living Hadis: Teori Fungsional Thomas F. O'dea)." *Jurnal Living Hadis* 2(1): 49–66.
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis data kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17(33): 81–95.
- Rulli, Nasrullah. 2016. "Media sosial perspektif komunikasi." *Budaya dan Sosioteknologi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Sajin, Vlada. 2023. "Social media marketing and digital marketing." Dalam *Culegere de lucrari stiintifice: Simpozion stiintific al tinerilor cercetatori*,



vol 2, Academy of Economic Studies of Moldova, 175–78.  
doi:10.53486/9789975359030.37.

Sayfudinova, Nazilya Z., Marina A. Ruzanova, Nizhnekamsk chemical-technological branch of Kazan National Research Technological University, Nizhnekamsk, Russia, Irina A. Koshkina, dan Kazan Federal University – Naberezhnye Chelny Institute, Naberezhnye Chelny, Russia. 2024. “WAYS TO PROMOTE ON SOCIAL NETWORKS AND THEIR FEATURES.” *EKONOMIKA I UPRAVLENIE: PROBLEMY, RESHENIYA* 7/3(147): 96–101. doi:10.36871/ek.up.p.r.2024.07.03.012.

Septiandari, Fika, Cipto Wardoyo, dan Ludi Wishnu Wardana<sup>3</sup>. 2024. “Strategy The Effect of Marketing and Digital Literacy Through Social Media Marketing on Visiting Decisions.” *Asian Journal of Management Analytics* 3(2): 311–28. doi:10.55927/ajma.v3i2.8060.

Setianingsih, Frida Eka, dan Fauzan Aziz. 2022. “Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 11(2): 25–34. doi:10.14710/jab.v11i2.42602.

Setyawan, Aries. 2024. “Tiktok Algorithm and Its Impact on Marketing Strategy.” *RADINKA JOURNAL OF SCIENCE AND SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW* 2(3): 361–69. doi:10.56778/rjslr.v2i3.375.

Siddik, Rasid, Roswaty, dan Meilin Veronica. 2024. “Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliiasi TikTok.” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* 10(2): 1048–58. doi:10.35870/jemsi.v10i2.2251.

Siswanto, Tito. 2013. “Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah.” *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen* 2(1): 80–86.

Sondakh, Reinhart Abedneju, Endang Erawan, dan Sarwo Edy Wibowo. “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @GEPREKEXPRESS DALAM MEMPROMOSIKAN RESTORAN GEPREK EXPRESS.” 7.

Sudiantini, Dian, Nawfa Ayu Nazira, Rini Nurmila Sari, Siti Habibah, dan Bukhori Al Fizikri. 2024. “ANALYSIS OF TIKTOK PLATFORM UTILIZATION IN BUSINESS MARKETING.” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3(6): 2828–34. doi:10.55681/sentri.v3i6.2935.

Uriawan, Wisnu, Muhammad Saifurridwani Ijazi, Nizzami Ramdhan Arraudy, Onixa Shafa Putri Wibowo, dan Radithya Dwi Santoso. 2025. “A

Comparative Analysis of Instagram and TikTok as Islamic da'wah Media in the Digital Era." doi:10.48550/ARXIV.2512.17646.

Utami, Agia Dwi Visi. 2021. "Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19." *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1): 40–47. doi:10.35326/medialog.v4i1.962.

Utari, Prahastiwi. 2011. "Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi." *Bab Buku Komunikasi* 2.

Yuliana, Margaretha Evi, Andi Saputro, dan Ervin Sutomo. 2023. "Implementasi Peranan Advertising Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Media Sosial Tiktok." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 2(2): 412–21. doi:10.47233/jemb.v2i2.1374.

Zhou, Yuhao. 2022. "Research on the Development Status and Optimization Strategy of TikTok New Media Industry." *BCP Business & Management* 32: 425–30. doi:10.54691/bcpbm.v32i.2962.

#### **Buku**

Braun, V., & Clarke, V. (2013) *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*

Gibbs, G. R. (2018), *Analyzing Qualitative Data*

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014), *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*.

Silverman, D. (2016), *Doing Qualitative Research*

Sugiyono. (2018), *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.

Patton, M. Q. (2015), *Qualitative Research & Evaluation Methods*.

#### **Internet**

<http://www.akumassa.org/hadhoru-yuhdhiru-hadhron-hadhrotan/2010/29/01.html> (diakses pada tanggal 16 Desember 2024)

<https://campusdigital.id/artikel/cara-menggunakan-tiktok-untuk-promosi-panduan-lengkap-untuk-bisnis-anda?ref=farisfanani> (diakses pada tanggal 16 Desember 2024)