

PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP CITRA POSITIF SMA 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA DI MASYARAKAT (Studi Pada Akun Tiktok @smatagsurabaya)

Maulana Tito Kusuma

Prodi Ilmu Komunikasi, Fisip – Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru 45 Surabaya, 60118, Jawa Timur, Indonesia

Maulanatito8@gmail.com

Abstract

The results of this research aim to determine the influence of TikTok content on the positive image of SMA 17 August 1945 Surabaya. The variables studied were TikTok content and positive image in society, to determine the direct and indirect influence of TikTok content on the positive image of SMA 17 August 1945 Surabaya in society. The population in this study was Alumni Groups and also communities outside the scope of SMATAG Surabaya as many as 378 people. Samples were taken using the Slovin formula which was taken in this research, namely 80 samples.

This research uses a probability sampling method, where questionnaires are distributed to respondents who have determined the criteria set by the researcher. The analysis technique used in this research is SPSS (Statistical Product and Service Solutions) with the IBM SPSS Statistics analysis tool. The results of this research show that Tiktok @smatagsurabaya content has a positive and significant effect on the positive image of SMA 17 August 1945 Surabaya in society.

Keywords : *TikTok content, positive image*

Abstrak

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten tiktok terhadap citra positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya. Variable yang di teliti yaitu konten tiktok dan citra positif di masyarakat, untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung konten tiktok terhadap citra positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat. Populasi dalam penelitian ini adalah Grub Alumni dan juga Masyarakat diluar cakupan SMATAG Surabaya sebanyak 378 orang. Pengambilan sample menggunakan rumus slovin yang di ambil dalam penelitian ini yaitu 80 sample.

Pada penelitian ini menggunakan metode probality sampling, dimana kuesiner di sebarakan dengan responden yang sudah ditentukan kriteria yang di tetapkan peneliti. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS (Statistical Product and Service Solutions) dengan alat analisis IBM SPSS Statistic. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Konten Tiktok @smatagsurabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 surabaya di Masyarakat.

Kata kunci : *konten tiktok, citra positif*

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini tidak lepas dari kehidupan masyarakat yang menjadikan teknologi sebagai kebutuhan sehari-hari. Khususnya di bidang komunikasi, kemajuan teknologi telah mengubah kegiatan komunikasi pemasaran sehingga memudahkan dalam mengkomunikasikan produk/jasa kepada konsumen. Dulu, informasi hanya disampaikan dari mulut ke mulut. Seiring dengan semakin menantang zaman, penyampaian informasi juga dapat dilakukan melalui media sosial yang dikenal dengan istilah electronic word-of-mouth (E-WOM). Menurut (Jalilvand & Samiei, 2012), E-WOM adalah hal-hal positif atau negatif yang sebenarnya dikatakan konsumen tentang suatu produk di Internet. Dalam dunia internet, komunikasi dapat dilakukan melalui media sosial (Sipahutar & Nugrahani, 2021).

Media sosial mengacu pada komunitas online di mana pengguna dapat berkomunikasi satu sama lain dan bertukar informasi teks, gambar, dan video, yang memungkinkan semua pengguna untuk terlibat dalam aktivitas sosial. Menurut Van Dijk dalam Setiadi (2016), media sosial adalah platform media yang menekankan kehadiran pengguna dan membantu aktivitas dan kerja sama. Salah satu Negara pengguna sosial media terbanyak adalah Indonesia, tidak hanya menjadi Negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia namun juga mengalami pertumbuhan yang pesat dan signifikan dalam penggunaan teknologi dan mengikuti tren.

Salah satu sosial media yang sangat populer di dunia adalah TikTok. Platform ini berhasil mengambil hati masyarakat karena TikTok menampilkan konten buatan pengguna yang unik dan menarik. Amerika Serikat atau sering disebut Negara paman sam merupakan Negara pengguna TikTok paling banyak. bahwa Amerika Serikat menjadi Negara pengguna TikTok paling banyak di dunia. Tercatat ada 116,5 juta pengguna TikTok pada bulan April tahun ini. Disusul Indonesia di urutan kedua dengan jumlah pengguna TikTok sebanyak 113 juta. Diikuti oleh Brasil dan Meksiko masing-masing pengguna sebanyak 84,1 juta dan 62,4 juta.

Menurut (Priatama et al., 2021) banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan TikTok sebagai sarana berkreasi dan berbisnis. Aplikasi TikTok ini banyak digunakan untuk pemasaran digital. Operasi pemasarannya meliputi penciptaan, promosi, penjualan, dan pendistribusian barang dan jasa dari satu orang ke orang lain, serta menawarkan hiburan dan mengikuti kemajuan terkini dalam komunikasi dan teknologi. Dalam proses pemasaran ini, komentar dan pengalaman produk juga dibagikan, serta pertukaran informasi produk. (2020, Sulistiyo).

Sekolah Menengah Atas 17 Agustus 1945 Surabaya adalah salah satu lembaga pendidikan yang menerapkan strategi untuk menciptakan Brand Image melalui media sosial TikTok. Dilansir dari smatag.45.sch.id Sekolah Menengah Atas 17 Agustus 1945 Surabaya merupakan yayasan perguruan yang berada di jalan raya semolowaru No. 45, Surabaya 60119, yang berdiri sejak 1 Juli 1984. Dalam perkembangannya SMA 17 Agustus 1945 banyak meraih prestasi yang sangat membanggakan dalam bidang seni, ilmu pengetahuan, olah raga, dan sebagainya. Selain itu prasarana SMA 17 Agustus 1945 Surabaya juga senantiasa terus dikembangkan dan ditingkatkan

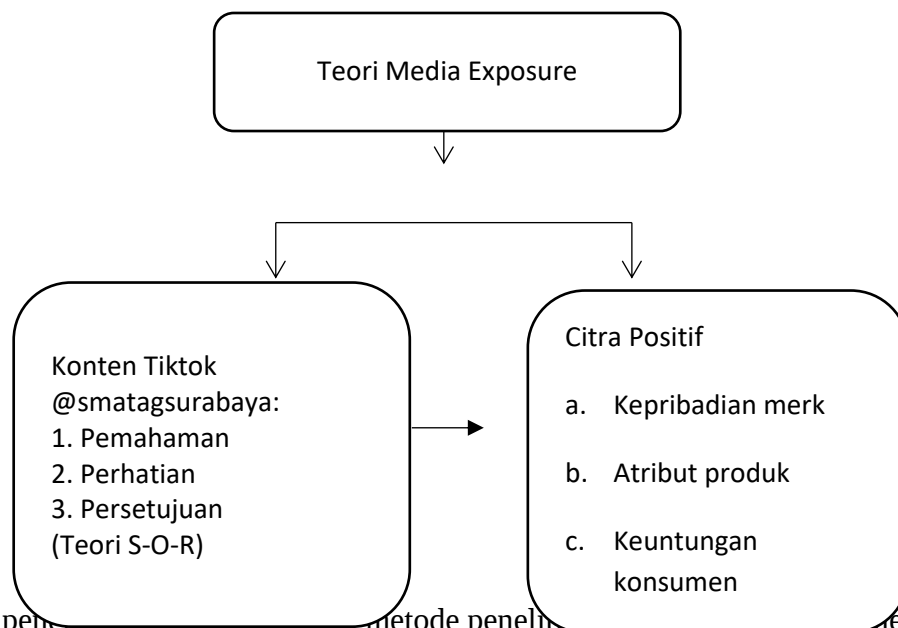
Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika N dengan judul Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media *Instagram @nusatalent* Terhadap Citra Nusa Talent menghasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan penelitian ini H_0 ditolak dan H_a disetujui apabila t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $12,757 > 1,984$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, 62,4% dunia usaha (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas informasi (X), dan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi secara negatif oleh unsur-unsur yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi di akun Instagram *@nusatalent* jauh lebih buruk dibandingkan Nusa Talent.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : Bagaimana pengaruh konten tiktok terhadap citra positif sma 17 agustus 1945 surabaya di masyarakat (studi pada akun tiktok @smatagsurabaya)?

Untuk dapat memperjelas arah penelitian ini maka peneliti menggunakan Teori Media Exposure & Teori S-O-R dimana teori Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi di mana media menerpa penggunanya atau pengguna yang diterpa oleh suatu isi pesan didalam media. Pengaplikasian media terdiri dari lamanya waktu yang digunakan dalam berbagai media, konten dari sebuah media yang di gunakan, serta kaitannya antara individu konsumen dengan isi media yang digunakan atau dengan media secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media social “Tiktok” berpengaruh terhadap citra positif sebuah instansi. Penelitian ini juga akan meneliti apakah pengaruh Konten Tiktok terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat.

Metode Penelitian



penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode pengujian hipotesis objektif dan statistik dengan menggunakan data sampel yang diambil dari survei yang terdiri dari kuesioner responden. Kelebihan penelitian metode kuantitatif melibatkan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka atau statistik seperti penelitian kuantitatif lebih objektif karena mengandalkan data numeric yang dapat diukur dan dihitung dengan konsistensi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mereplikasi studi dan menghasilkan hasil yang konsisten, hasil penelitian kuantitatif sering dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar.

penulis memilih kuesioner Kajian observasi dan dokumentasi sebagai alat penelitian. Alat ini dianggap cocok untuk menunjukkan bagaimana pengaruh diberikan Postingan media sosial pada tingkat kesadaran public. Variable bebas dalam penelitian ini yaitu Konten Tiktok. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R atau dikenal juga dengan istilah stimulus, organisme, respon. Penulis menggunakan teori ini untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh yang dihasilkan oleh postingan pada media sosial “Tiktok” terhadap citra yang diciptakan terhadap masyarakat. Dipilihnya teori ini karena penulis merasa terdapat relevansi asumsi teori dengan

topik dan fokus yang dipilih oleh penulis, yaitu mengenai pengaruh postingan tiktok terhadap citra yang diciptakan kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat rekapitulasi distribusi frekuensi jawaban per variable di ketahui bahwa seluruh jawaban variable X atau *pengaruh Konten Tiktok* mengarah pada tren yang positif diantaranya Netral, Setuju, dan Sangat Setuju. Selanjutnya untuk kecenderungan jawaban variable Y atau *Citra Positif SMA 17 Agustus Surabaya di Masyarakat* mengarah pada tren yang positif. Berdasarkan data tersebut. begitu dapat di simpulkan bahwa Konten Tiktok @smatagsurabaya memiliki dampak yang terarah/baik pada Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat.

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh Konten Tiktok @smatagsurabaya terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat. Berikutnya, pada koefisien regresi Konten Tiktok @smatagsurabaya mendapatkan nilai 1.128. hal ini memiliki arti yaitu setiap penambahan 1% Konten Tiktok (X), maka Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat meningkat sebesar 1.128.

Selanjutnya, menurut pengujian hipotesis uji F dan uji T, keduanya memberikan indikator bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dari itu penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Konten Tiktok @smatagsurabaya terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat.

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel Konten Tiktok

Item	R hitung	R table	Keterangan
X1	0.652	0.185	VALID
X2	0.664	0.185	VALID
X3	0.339	0.185	VALID
X4	0.610	0.185	VALID
X5	0.704	0.185	VALID
X6	0.399	0.185	VALID
X7	0.643	0.185	VALID
X8	0.437	0.185	VALID

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS mendapatkan hasil yang dapat dilihat pada table diatas nilai R hitung X1 hingga X8 memiliki nilai lebih besar daripada R table sebesar 0.185, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variable Konten tiktok dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Citra Positif

Item	R hitung	R table	Keterangan
Y1	0.686	0.185	VALID
Y2	0.385	0.185	VALID

Y3	0.597	0.185	VALID
Y4	0.569	0.185	VALID
Y5	0.631	0.185	VALID
Y6	0.565	0.185	VALID
Y7	0.723	0.185	VALID
Y8	0.689	0.185	VALID
Y9	0.730	0.185	VALID
Y10	0.690	0.185	VALID

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS mendapatkan hasil yang dapat dilihat pada table diatas nilai R hitung Y1 hingga Y10 memiliki nilai lebih besar daripada R table sebesar 0.185, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variable citra positif terhadap masyarakat dinyatakan valid.

Hasil Uji Reabilitas Intrumen Penelitian

Selanjutnya yaitu uji reliabilitas suatu instrument dikatakan reliable jika memiliki nilai Cronbach Alpha lebih > 0,6 sedangkan jika nilai Cronbach Alpha < 0,6 maka tidak dikatakan tidak reliabel. **Hasil uji reliabilitas**

Table 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.689	8
0.830	10

Berdasarkan hasil uji data yang didapat menggunakan SPSS mendapatkan hasil nilai Cronbach Alpha sebesar sebesar 0.689 pada variable konten tiktok @smatagSurabaya dan 0.830 pada variable citra positif terhadap masyarakat nilai tersebut lebih besar dari batasan 0.600 maka dapat disimpulkan bahwa variable variable konten tiktok dan pada variable citra positif terhadap masyarakat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4.26

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.192	3.880		.565	.574
Konten Tiktok	1.128	.112	.751	10.055	<.001

Dalam penelitian ini uji analisis regresi sederhana digunakan agar mengetahui sejauh mana variable bebas (X) yakni Konten Tiktok akun @smatagsurabaya mempengaruhi variable (Y) yaitu Citra Positif Terhadap Masyarakat. Analisis Regresi Sederhana memiliki rumus :

$$Y = a + b.x$$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana pada tabel diatas, dapat diketahui nilai a yaitu angka konstan dari *standardized coefficient* dengan nilai 2.192. angka tersebut menunjukkan jika tidak ada Konten Tiktok (Tiktok) maka nilai konsisten Citra Positif (Y) yaitu sebesar 2.192. berikutnya, angka koefisien regresi (b) memiliki nilai 1.128. hal ini memiliki arti yaitu setiap penambahan 1%Konten Tiktok (X), maka Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat meningkat sebesar 1.128. nilai koefisien regresi yang memiliki nilai positif dapat diartikan bahwa konten tiktok (X) berpengaruh positif terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat sehingga persamaan regresi sederhana nya $Y = 2.192 + 1.128x$.

Hasil Uji Linieritas

Uji Linieritas

			Sum of square s	df	Mean square	F	Sig.
Citra Positif* konten	Between groups	(Combined)	893.972	13	68.767	8.199	<.001
		Linearity	817.124	1	817.124	97.421	<.001
		Deviation from Linearity	76.847	12	6.404	.764	.685
	Within groups		553.578	66	8.388		
	Total		1447.550	79			

Uji linieritas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier antara variable terikat dan variable bebas dalam pengujian linieritas ini dilakukan melalui tes test of linierity dengan melihat besarnya nilai signifikansi pada linierity <0,05. Dengan perhitungan SPSS dapat diketahui nilai linierity sebesar .001 <0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variable dependen dan variable independen terdapat hubungan yang linier.

Hasil Uji Person Product Moment

		Konten Tiktok	Citra positif SMA 17 Agustus 1945 di Masyarakat
Konten Tiktok	Pearson Correlation	1	.751**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	80	80

Citra positif SMA 17 Agustus 1945 di Masyarakat	Pearson Correlation	.751**	1
---	---------------------	--------	---

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, nilai koefisien korelasi atau nilai r sebesar 0,751. Angka 0,751 berdasarkan table interpretasi r berada pada tingkat hubungan yang kuat yaitu 0,600 – 0,799. maka dari itu korelasi antara konten tiktok (X) terhadap citra positif SMA 17 agustus 1945 surabaya di masyarakat (Y) dinyatakan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan bernilai positif.

Hasil Uji Normalitas

One-sample kolmogro-smirnov test

		Unstandardiz ed Residual
N		80
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82490223
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.050
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp.Sig. (2-tailed)		.200 ^d

Dapat dilihat pada table diatas data Asymp.Sig menunjukan nilai sigifikan sebesar 0,200. sehingga dapat dikatakan bahwa nilai hitung lebih besar dari nilai syarat uji normalitas pada penelitian.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751a	.564	.559	2.843

Berdasarkan table diatas mendapati nilai R yaitu 0.751. nilai tersebut dapat diartikan bahwa variable independent Konten Tiktok @smatagsurabaya memberikan pengaruh terhadap variable dependent Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat karena nilai tersebut mendekati 1.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat (Studi Pada Akun Tiktok @smatagsurabaya”

memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Konten Tiktok secara positif terhadap Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat.

. Dalam uji validitas mendapatkan hasil bahwa seluruh nilai R hitung pada masing – masing item dinyatakan lebih besar dari pada R tabel 0.185 adapun hasil uji Reabilitas mendapatkan nilai cronbach alpha sebesar 0.689 dan 0.830. kuesioner ini disebarkan kepada 80 responden yang telah memenuhi kriteria. Berdasarkan rekapitulasi distribusi frekuensi jawaban variable X dan Y cenderung tren score yang positif yaitu netral, setuju, dan sangat setuju sehingga dapat disimpulkan bahwa tren jawaban positif pada variable X memberikan pengaruh yang positif pada terhadap jawaban variable Y.

Selanjutnya hasil pengujian asumsi klasik uji normalitas memiliki hasil yaitu nilai sig $0.200 > 0.05$ dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal. Selanjutnya hasil uji korelasi product momen mendapatkan hasil atau nilai r sebesar 0,751. Angka 0,751 berdasarkan table interpretasi r berada pada tingkat hubungan yang kuat yaitu 0,600 – 0,799 maka dari itu korelasi antara konten tiktok @smatagsurabaya (X) terhadap citra positif SMA 17 agustus 1945 surabaya di masyarakat (Y) dinyatakan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan bernilai positif.

Berikutnya hasil uji linieritas di peroleh nilai linierity sebesar $.001 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa variable dependen dan variable independen terdapt hubungan yang linier.

Selain itu, peneliti juga melakukan uji hipotesis dengan uji F, T dan R^2 . Hasil uji F menunjukan bahwa nilai F hitung $101.099 >$ dari F table 0.185. sedangkan berdasarkan uji t mendapatkan hasil nilai sig. memiliki $0.001 < 0.05$. Dan hasil uji koefisien determinasi R^2 mendapati nilai R yaitu 0.751. dapat disimpulkan bahwa variable Konten Tiktok mempengaruhi variable Citra Positif SMA 17 Agustus 1945 Surabaya di Masyarakat.

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti rekomendasi sebagai berikut :

- Bagi akun Tiktok @smatagsurabaya
Penulis menyarankan akun Tiktok @smatagsurabay selalu menampilkan konten yang menarik, inspirasi dan kreatif agar Citra SMA 17 Agustus 1945 Surabaya selalu positif bagi Masyarakat.
- Bagi Masyarakat
Peneliti mengharapkan agar masyarakat lebih pintar memilah sebuah konten di Tiktok dan dapat menciptakan efek *citra positif* bagi pemilik konten – konten yang tersedia di aplikasi tiktok.
- Bagi Peneliti Selanjutnya
Penulis mengharapkan penelitian yang memiliki variable yang lebih beragam, metode penelitian yang berbeda dan memperluas populasi penelitian agar dapat mengetahui pengaruh Konten Tiktok Terhadap Citra Positif di Masyarakat lebih dalam lagi.

Daftar Pustaka

Azis, A. (2021). TA: Penyutradaraan dan Modeling Environment Film Animasi 3D Bergenre Horor Berjudul “Siulan Pemanggil Setan” (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
(Azura & Elysa Lubis, 2022; Dan & Tunjungsari, n.d.; Delviana et al., 2023; Firmansyah, 2019; Goldberg, R, 1992; Kursita et al., 2009; Maida, 2022; Oscar & Megantara, 2020; Pandiangan et al., 2021; Parwati et al., 2020; Priatama et al., 2021; Sungkar & Budiarmo, 2016; Yasmin & Priyanata, 2024)Azura, A., & Elysa Lubis, E. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @racunshopeecheck TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS. *Telangke:Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 32–37.

<https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.385>

- Dan, E., & Tunjungsari, H. K. (n.d.). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Country Of Origin (Coo) Terhadap Purchase Intension; Melalui Mediasi Brand Image Terhadap Produk Nature Republic Di Universitas Tarumanagara*.
- Darwin Yuwono, R. (2019). Pengaruh Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur.
- Delviana, A. S., Sarwoko, E., & Hidayat, C. W. (2023). Peran electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian ulang: Citra merek sebagai mediasi. (*Management and Business Review*, 7(1), 133–141. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr>
- Dewi, N., Azhar, A., Zuhriah. (2020). PENGARUH PENGGUNA TIKTOK TERHADAP PERILAKU CITRA DIRI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UIN SUMATERA UTARA. *Jurnal ilmu sosial*. 2(2). 1503-1509
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Hamdani, R. (2023). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek. *EKUITAS*. 4(4). 1213-1219
- Goldberg, R. L. (1992). The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure. In *Psychological Assessment* (Vol. 4, Issue 1, pp. 26–42). <http://psycnet.apa.org/journals/pas/4/1/26/>
- Kartika, N. (2021). Pengaruh Kualitas dalam Media Instagram @nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent. *UMJ*. 2-8
- Kursita, I. G. G. N., Prabandari, Y. S., & Widyatama, R. (2009). Pengaruh Media Wayang Bali Inovatif Dalam Mempromosikan Pencegahan Hiv / Aids di Kabupaten Bangli. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 25(4), 202–209.
- Maida, S. T. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Definisi dan Karakteristik Komunikasi*.
- Mendrofa, J. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK PRODUK DAN JASA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN. Universitas Mercu Buana. Jakarta
- Mukti, I., Orus, S. (2021). Efek Pemberitaan Kekerasan di Media Sosial terhadap Citra Negatif Kota Makassar. *JISIP*. 5(4). 13761-1283
- Natasha, T. (2022). PENGARUH PESAN KAMPANYE “STOP SEXUAL VIOLENCE!” TERHADAP MINAT KONSUMEN (Studi Tentang Pengaruh Pesan Kampanye Oleh Brand The Body Shop Terhadap Minat Konsumen Dalam Mengikuti Petisi) (Skripsi). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/717>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

Parwati, C. G., Farid, M. N., Nasution, H. S., Sulisty, Basri, C., Lolong, D., Gebhard, A., Tiemersma, E. W., Pambudi, I., Surya, A., & Houben, R. M. G. J. (2020). Estimation of subnational tuberculosis burden: Generation and application of a new tool in Indonesia. *International Journal of Tuberculosis and Lung Disease*, 24(2), 250–257.
<https://doi.org/10.5588/ijtld.19.0139>

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.
<https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>

Sugiyono, Prof. Dr. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, & Nana, S. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sungkar, N. F., & Budiarmo, A. (2016). Pengaruh Iklan, Atribut Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli dan Pengguna OPPO Smartphoned di Kota Semarang) Nisha. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1–11.