

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianingrum, S. (2020). *Pesan Gambar dan Teks Dalam Digital Marketing Communication Ruangguru Di Akun Instagram*. (Skripsi S1). Universitas Islam 45 Bekasi. Diakses dari <https://lib.fksbunismabekasi.id/files/original/c075e40347e36f4471c854c9782bf7b0013e2b11.pdf>.
- Annur, M.A. (2023). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indoneisa Memimpin!*. Diakses pada 4 Desember 2023 dari databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin#:~:text=RISSC%20mencatat%2C%20jumlah%20populasi%20muslim,totalnya%2077%2C53%20juta%20jiwa>.
- Annur, M.A. (2023). *Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*. Diakses 4 Desember 2023 dari databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Azhari, S. & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*. 10 (1). 222-229.
- Bur, R. Ayuningtyas, F. & Muqsith, A.M. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. 5 (2). 189-198.
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Fadzli, M.N.D.S., Adnan.R.A.R.M., Baharuddin.S.A., Harun. W.A.M. (2021). Produk Makanan Ubah Suai Genetik (GMF) dalam Perspektif Konsep Halalan Toyayiban Berdasarkan Penilaian Maqasid Hifz Nafz. *Malaysian Journal of Syariah and Law*.9 (1). 73-85.
- Fajari, N. & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Konten Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*. 3 (2). 42-55.
- Fitria. (2022). *Konsep Makanan Halalan Thayyiban dalam QS. Al-Baqarah: 168 Perspektif Quraish Shihab dan Ilmu Kesehatan*. 1 (1), 53-66.
- Ginting, Br. C., Nasionalita, K. Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei pada Followers Akun Instagram @MEDANTALK), *Repository Telkomunivesity*. 8 (5). 7132-7144.
- Gunawan dkk., (2020). Pendampingan Produk UMKM di Sukolio menuju Sertifikasi Halalan Thayyiban. *SEWAGATI, Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat DRPM ITS*. 4 (1). 14-19.

- Hapsari, D. K., Manalu, S. R., & Rahmiaji, L. R. (2022). Memahami Motivasi, Bentuk Interaksi, Dan Manfaat Bagi Follower Dalam Mengikuti *Micro-Influencer* Di Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 11 (1), 367-386.
- Hardiansyah, A. (2023). Analisis Fikih Muamalah dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal terhadap Makanan Impor Belum Berlabel Halal. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3 (2). 335-345.
- Hasanah, I.A., Fauziah, R. Kurniawan, R.R. (2021). Konsep Makanan Halal dan *Thayyib* dalam Perspektif Al-Quran. *Ulumul Qur'an: Jurnal Imu Al-Quran dan Tafsir*. 1-10.
- Kriyanto, R. (2014). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Penanda Media Group.
- Lasmini. Sugandi. & Dwivayani, K.D. (2019). Pesan Heroik pada Foto Tari Perang Suku Dayak Kayan Uma'Lekan di Desa Miau Baru Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7 (1). 234-248.
- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: PrenadaMedia Grup.
- Marwan, R.M. (2023). Analisis Dampak *New Media* dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Sosial Humaniora Pendidikan*. 2 (1). 11-20.
- Mauritsa, G. & Maryani, A. (2023). Manajemen Konten TikTok @HALO.BGD Sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Communicatin Management*. 3 (1). 28-35.
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan *Accidental Sampling* untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan terhadap Siklus Menstruasi (Studi kasus: Puskesmas Jembatan Kembar Kabupaten Kombok Barat). *Journal Unizar*. 13 (1). 19-23.
- Morissan. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Penanda Media Group.
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muzzaki, R.F. (2021). Konsep Makanan Halal dan *Thayyib* Terhadap Kesehatan dalam Al-Quran. (Skripsi S1). Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Quran. Diakses dari <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/370/>
- Nahwiyyah, R. Dewi, Nurmala, Eriyanti. (2020). Fungsi Emoticon Sebagai Bahasa Nonverbal Dalam Komunikasi Digital. *ProListik Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5(2). 31-44.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.

- Nurgiyantoro, B. Gunawan & Marzuki. (2015). *Statistik Terapan Untuk Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Diakses dari IPusnas.
- Pardianti, S.M., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten TikTok sebagai Media Informasi. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*. XXVII (2). 187-210.
- Pohan, D.D., & Fitria, S.U. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Stuies*. 2 (3). 29-37.
- Rafiq, A (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*. 1 (1). 18-29.
- Ramadhan, F.A., Ramadhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*. 6 (1). 2383-2395.
- Riduwan, (2018). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizaty, A.M. *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Juli 2023*. Diakses pada 4 Desember, 2023, dari dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-juli-2023>
- Rohim, N.A & Priyanto, D.P. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal *Consumption Pattern in The Implementation of Halal Lifestyle*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*. 4 (2). 26-35.
- Safira, W.N. & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 11 (2). 75-85.
- Setiawan, H. (2020). Karakteristik Makanan Halalan Thayyiban Dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*. 3 (2). 40-54.
- Setiawati, T., Krisnawati, M., Yuliani, F. (2023). Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education Journal*. 12 (1), 11-20.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugeng, B (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Diakses dari IPusnas.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sugiyono. Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Qalbi, M. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. (Skripsi S1). Universitas Islam 45 Bekasi. Diakses dari <http://repository.unismabekasi.ac.id/cgi/users/home?screen=EPrint%3A%3AView&eprintid=1986>
- Tania, G. (2019). *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Ataki di Media Sosial Instagram*. (Skripsi S1). Universitas Islam Raden Intan Lampung. Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/8787/1/SKRIPSI%20GUESTY%20TANIA.pdf>
- Yusuf, M., Ichan, N.R. (2019) Analisis Efektifitas Penggunaan Cadangan Devisa, Utang Luar Luar Negeri Dab Ekspor Terhadap Stabilitas Nilai Tukar. *Jurnal Penelitian Pendidikan*. 4 (2). 554-561.