

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. 2013. *Pengantar Retorika*. 1 ed. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Aini, Syarifah Nur, Bintan Auliya Qurrota A'yun, Eugenius Damar Pradipta, Awanis Akalili, dan Febriansyah Kulau. 2021. "Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul 'YouTube Lebih Dari Tv.'" *Online) Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18 (1): 30–48.
- Ainiyah, Nur. 2018. "Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial." *JPII*. Vol. 2.
- Aristoteles. 2018. *Retorika Seni Berbicara*. Disunting oleh Deddy Arsyia. Yogyakarta: BASABASI.
- Dwi, Errika, dan Setya Watie. 2011. "Komunikasi Dan Media Sosial (*Communications and Social Media*).” Vol. III.
- Eriyanto. 2021. *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Disunting oleh Nur Asri. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kurnia, Novi. 2005. "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Bari: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi." *Jurnal Komunikasi*.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Disunting oleh Muchlis. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Disunting oleh Tjun Surjaman. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rianto Rahadi, Dedi. 2017. *“Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial.”*

Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, dan Nurul Ainun. 2018. *“Komunikasi dan Media Sosial”*.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*. Disunting oleh Sutopo. Bandung: Alfabeta .

Artikel Online:

DataIndonesia.id. 2022. “*Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*”.
Diakses pada 15 Agustus 2022.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

Katadata.co.id. 2022. “*Pengguna TikTok Terus Bertambah Sampai Kuartal I 2022*”.
Diakses pada 13 September 2022.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022#:~:text=Mengutip%20Business%20of%20Apps%2C%20TikTok,aktif%20bulanannya%20masih%20812%20juta>

Suara.com. 2023. “*Vina Muliana Bagikan Cerita Awal Terjun Jadi Kreator Konten, Bagikan Tips Juga Buat Pemula!*”. Diakses pada 10 Februari 2023.

<https://amp.suara.com/lifestyle/2022/06/30/080500/vina-muliana-bagikan-cerita-awal-terjun-jadi-kreator-konten-bagikan-tips-juga-buat-pemula>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 *Check List*

Daftar *check list* Indikator Retorika

Peneliti menggunakan *check list* observasi pada konten *Tips Bikin CV* Pada Akun *TikTok* Vina Muliana guna melakukan verifikasi data yang ada dilapangan. Data observasi yang ada merupakan indikator retorika yaitu Ethos, Pathos dan Logos di dalam konten *tips bikin CV* pada akun *TikTok* Vina Muliana.

NO	Elemen Ethos	Sangat Baik	Baik	Sedang	Buruk	Sangat Buruk
1	Kepercayaan <i>Audience</i>	√				
2	Daya Tarik Fisik Komunikator			√		
3	Kemampuan Komunikator	√				
4	Kesamaan Komunikator dengan Komunikan			√		
5	Ketundukan <i>Audience</i>		√			

NO	Elemen Pathos	Sangat Baik	Baik	Sedang	Buruk	Sangat Buruk
1	Gaya Penyampaian yang Menarik	√				
2	Visualisasi Video yang enak dilihat	√				
3	Intonasi Pesan Komunikator di dalam Video <i>Tips Bikin CV</i>		√			
4	Cerita yang emosional			√		