DAFTAR PUSTAKA

Arif, M., Butt, K., Hussain, A., & Asim, M. (2023). Social Media Use Among University Students: A Review and Direction for Future Research. *Pakistan Journal of Information Management and Libraries*, *25*, 83–108. https://doi.org/10.47657/7303

Arianto, B. (2025). *Studi Fenomenologi Media Sosial dan Perilaku Konsumerisme Generasi Z Strategic : Journal of Management Sciences STUDI FENOMENOLOGI MEDIA KONSUMERISME GENERASI Z PERILAKU*. *December 2024*. https://doi.org/10.37403/strategic.v4i3.278

Bahtar, A. Z., & Muda, M. (2016). The Impact of User – Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing – A Conceptual Framework. *Procedia Economics and Finance*, *37*(16), 337–342. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30134-4

Dea, & Hasti. (2022). Konstruksi TikTok terhadap Keputusan Belanja Online Mahasiswa di Kota Padang pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, *5*(1), 76–84.

Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, *1*(3), 34–46.

Fahriyanti, D., Ekowati, T., & Runanto, D. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT (Studi pada Pengguna Produk Scarlett di Purworejo). *Volatilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *6*(5).

Flew, T. (2018). Social media and the cultural and creative industries. *The SAGE handbook of social media. Sage*.

Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 224-242.

Hidayat, A. S., & Hemakumari,Jayanti Silvia, Agnes Wempi, J. A. (2024). *Perilaku Konsumtif Subkultur Pemuda Pada Game Grand Theft Auto Roleplay " Executive Roleplay ." 204*, 226–240. https://doi.org/10.32509/wacana.v23i2.3708

Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis pengukuran temperatur udara dengan metode observasi. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 8-15.

Islami, M. W. (2024). *OBJEKTIVITAS REVIEW PRODUK GADGET PADA CHANNEL YOUTUBE (Analisis Isi Playlist Jagatreview Dengan Merek Samsung)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. nyu Press.

Mumtaz, Z. A., Dharta, F. Y., & Oxcygentri, O. (2022). Fenomena Belanja Online Dikalangan Mahasiswa Bekasi Penonton Tayangan #Racuntiktok. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *9(8)*(8), 2–2. http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index

Norman, D. A. (2016). Affordance, conventions, and design. *Security and Privacy: Volume III*, 469–473. https://doi.org/10.1145/301153.301168

Prihartono, A. W., & Sos, S. (2016). Surat kabar & konvergensi media (studi deskriptif kualitatif model konvergensi media pada Solopos). *Jurnal Channel*, *4*(1), 105-106.

Prasetyo, M. M., & Nurhidayah, N. (2021). The effect of internet use on improving student learning outcomes. *Journal of Education Technology*, *5*(4), 511-519.

Purnama, R. (2021). Model perilaku pencarian informasi (analisis teori perilaku pencarian informasi menurut David Ellis). *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *9*(1), 9-21.

Pratyaksa, I. G. T., & Putri, N. L. W. E. (2020). Peranan New Media Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (Dramaturgy Akun Instagram Walikota Denpasar Rai Mantra Tahun 2019). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *2*(2-3), 92-103.

Ramli, R. (2019). Dramaturgy Remaja di Media Sosial: Analysis on Youthâ€™ Dramaturgy in Social Media. *Journal of Techno-Social*, *11*(2), 37-46.

Sutisna, N., & Sutrisna. (2023). Implementasikan Sistem Informasi dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, *2*(1), 20–30. https://doi.org/10.33050/mentari.v2i1.343

Ulya, H. F., & Anggraini, C. N. (2024). Analisis Kemampuan Literasi Media Pada Mahasiswa Konsumtif Fenomena Konten "Racun TikTok" (Penelitian Fenomenologi pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, *8*(3), 540–548. https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2030

Warnakulasooriya, B. N. F. (2025). *The Influence of Gratifications Related to User-Generated Content on the Purchase Intention of Clothing of Young Consumers in Sri Lanka*. *4*, 1–17. https://doi.org/10.31357/ajmm.v4i1.7751.g5622

Yulianto, D., Hartanto, R., & Santosa, P. I. (2020). JURNAL RESTI. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi) Vol*, *4*(3), 482-488.

Zulfahnur, M. (2023). *Pembelian Produk Pada Platform Belanja Online Shopee Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup (Studi Fenomenologi* http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7821/1/Mutiara Zulfahnur.pdf

Zulkarnain, I. (2021). Media konvensional vs new media: studi komparatif surat kabar dan media online dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, *3*(2), 50-57.

Zhang, X., Zhao, Z., & Wang, K. (2024). The effects of live comments and advertisements on social media engagement: application to short-form online video. *Journal of Research in Interactive Marketing*, *18*(3), 485-505.