

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A, (2002), *Psikologi Sosial, Edisi Revisi*, Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Akbar A. (2022, Agustus 15). *Fashion Adalah* <https://adalah.co.id/fashion/> (dilihat pada 14 Desember 2022)
- Alex Sobur. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Annur C. M. (2022, Maret 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>. (dilihat pada 21 September 2022).
- Andy Nugroho. (2020). *Teori new media: Pengertian, Konsep dan Karakteristiknya* <https://qwords.com/blog/teori-new-media/>
- Andry Winanto. (2020, september 21). *Sejarah dan Fakta tentang Aplikasi TikTok*. <https://www.tagar.id/sejarah-dan-fakta-tentang-aplikasi-tiktok> (dilihat pada 5 Desember 2022)
- Anjani, V. (2019). *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi TikTok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tiktok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015-2016*.
- Arifah A. Riyanto, (2003). *Teori busana*, bandung: Yapindo.
- Arti Local Pride dan Cara Mendukung Gerakannya. (2022, Agustus 20). <https://kumparan.com/berita-hari-ini/arti-local-pride-dan-cara-mendukung-gerakannya-1yhDNw55vDm/full> (dilihat pada 7 Desember 2022)
- Bagong, Suyanto dan Sutinah (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Boyd and Ellison (2007). *Social Network Sites, Journal of Computer- Mediated Communication*, Vol 13, pp. 210-230.
- Cindy Mutia Annur. (2020). *TikTok Telah Diunduh Lebih dari 2 Miliar kali di Dunia*.
- Denzin, N. & Lincoln, Y, (2009). *Handbook of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Effendy, Onong Uchjana. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Errika Dwi Setya Watie. (2011), *Komunikasi Dan Media Sosial*.

Fenomena Maraknya TikTok di Indonesia Saat Ini. (2021, Mei 07).
<https://www.quareta.com/post/fenomena-maraknya-tiktok-di-indonesia-saat-ini>
(dilihat pada 6 Desember 2022)

Jandy Luik, Ph.D. Jakarta, (2020), *Media Baru Sebuah Pengantar*, Prenamedia Group.

Karlinah, Siti. (1999). *Komunikasi Massa*. Jakarta: penerbitan UT.

Lestari B.S (2014). *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*.

Lexy J. Moleong, (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

M. Ivan Mahdi (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*.<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> (dilihat pada 22 september 2022)

Misnawati, D. & Feroza, C.S. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun@Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*.

Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy J. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.

Morissan. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana. Deddy (2007). *Intensitas Penggunaan Smartphone dan Perilaku Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana

Nasrullah, Rulli. (2015). Prenadamedia Group.

Qudratullah. (2016). *Peran dan Fungsi Komunikasi Massa*.

Retno H & M. E Susilo (2008). *Jurnal Fashion dan Gaya Hidup:Identitas dan Komunikasi*.

- Rahmatiah, (2009). *Pengaruh Perkembangan Fashion Terhadap Gaya berbusana (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Teknik UNG)*.
- Ratri kirana, (2020). *Dampak dari Penggunaan TikTok*.
<https://www.kompasiana.com/samantashafaa/5fd6c9b88ede481f03519045/dampak-dari-penggunaan-tiktok>
- Sahar, A. (2014). *Fenomena New Media 9Gag (Studi Observasi Terhadap Penggunaan Situs 9Gag dan Meme oleh Remaja)*.
- Setiadi, A. (2012). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII press.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv
- Sugiyono, (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta Arikunto,
- Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suyetty, Gita Kurniawan. (2006). *Bekerjasama dengan Kolega dan Pelanggan*. Bogor: Yudhistira.
- Tesya Erfani. (2022, Maret 7). *TikTok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya?*
- Tri Yulia Trisnawati. (2011), *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. PT.Pustaka baru.
- Wahyudiyono, (2019). *Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur*.