

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, E. (2018). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram terhadap Brand Image. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/5866/1/Skripsi.pdf>
- Amalia, R. D. (2021). Pengaruh Motif Dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja Muslimah Di Kota Kediri. (Tesis Sarjana). Institut Agama Islam Negeri Kediri. Diambil dari <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/3801>
- Aminoto, E. (2020). *Efektivitas komunikasi antarpribadi dalam memberikan pemahaman epidemi Covid-19*. Universitas Komputer Indonesia. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4291/>
- Anggraeni, M., & Perdhana, M. S. (2016). Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, dan Turnover Intention di PT. Hillconjaya Sakti, Cakung, Jakarta Timur. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(4), 1-10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr/article/view/17913>
- Ardiana, Z. (2021). Analisis Efek Dependensi Media terhadap Pembaca Terkait Berita Tagar Twitter #TolakOmnibusLaw (Pemberitaan daring di [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) pada 4 Oktober 2020 dan [detik.com](http://detik.com) pada 7 Oktober 2020) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. Repositori Universitas Muhammadiyah Ponorogo. <http://eprints.umpo.ac.id/6879/>
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cita Hukum*, 2(1), 158. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>

- Azanella, L. A., & Sartika, R. E. A. (2019). Fenomena Artis Pamer Kekayaan di Media Sosial, Kok Netizen Menikmati? Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/21/074516865/fenomena-artis-pamer-kekayaan-di-media-sosial-kok-netizen-menikmati?page=all>
- Balqis, F. (2017). Pengaruh Marketing Public Relations Bank Mandiri Kantor Cabang Dumai Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Program Fiesta Poin (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari <http://repository.uin-suska.ac.id/19467/>
- Boestam, A. B., & Des Derivanti, A. (2022). Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), 6(4). <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032>
- Cialdini, R. B. (2021). Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion. Harper Business. Clinton, B. (2023, Februari 13). Pengguna internet di Indonesia tembus 212,9 juta di awal 2023. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all>
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Desthania F. (2022). Efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers di Balikpapan. <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/40790/18321187.pdf?sequence=1&isAllowed>

- Dewi, R. A. (2017). Hubungan Popularitas di Sosial Media dengan Rasa Percaya Diri pada Management Putri Hijab Provinsi Lampung Angkatan 2017. Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/5034/1/ROSA%20ARIESTA%20DEWI.pdf>
- Dwi Pratiwi, Dinda. (2021). Upaya Mahasiswa Social Climber dalam Meningkatkan Popularitas di Media Sosial Instagram. [Skripsi]. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Elleanor, S., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten Mobile Legends di TikTok terhadap Popularitas Games Mobile Legends. *Tanggal Penerbitan*.
- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Social Work*, 10(2), 199-208.
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Michigan State University. SAGE Publications, Inc.
- Hananah, & Mochammad Isa Anshori. (2023). The Effect of Customer Trust and Satisfaction on Repeat Visit Intentions at King's Boy Barbershop Surabaya. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(1), 38-51. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/download/21662/8485>
- Hawari, R. (2016). Analisis Semiotika Logo Bank Nagari Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat. Perpustakaan Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/13551/>

- Hilman, V. A. (2016). Fenomena akun Indotravellers.co sebagai referensi travelling di media sosial: Studi fenomenologi akun Indotravellers.co sebagai referensi travelling di media sosial Instagram pada mahasiswa Kota Bandung [Undergraduate thesis, Universitas Pasundan]. Repository Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/11505/>
- Kusuma Putri, N., Alya Mumtazah, S., & Agustin, E. (2022). The influence of social media on flexing culture phenomenon in Indonesian society. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/kip/article/view/1097/881>
- Lestari, N. (2022). Etnografi Virtual Pada Akun @jagobahasacom [Tesis Sarjana (S1)]. IAIN Kediri. <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/7232>
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh citra perusahaan, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan. <http://repository.iainkudus.ac.id/3710/5/5.BAB%20II.pdf>
- Malihan, L. (2022, Mei 11). Prilaku Flexing Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran? *Kalimantan Post*. <https://kalimantanpost.com/2022/05/prilaku-flexing-sebagai-salah-satu-strategi-pemasaran/>
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online Tiktok (Douyin) terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/35815/33443>

Marinda, F. A., & Ardia. (2020). Twitter dan Fanatisme Penggemar (Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON di Media Sosial Twitter). Universitas Muhammadiyah Ponorogo. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/5899>

Maulida, L. (2023, Januari 15). Kalahkan Instagram, TikTok jadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Kompas.com. [https://tekno.kompas.com/read/2023/01/15/08000017/kalahkan-instagram-tik tok-jadi-aplikasi-paling-banyak-diunduh-di-dunia?page=all](https://tekno.kompas.com/read/2023/01/15/08000017/kalahkan-instagram-tik-tok-jadi-aplikasi-paling-banyak-diunduh-di-dunia?page=all)

Muliadi, B. (2020, Juli 7). What the rise of TikTok says about Generation Z. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/07/07/what-the-rise-of-tiktok-says-about-generation-z/?sh=521bd8db6549>

Murjana, K. P. O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi Mahasiswa tentang Flexing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(3). <https://doi.org/10.23887/jap.v13i3.55246>

Muzni, N., & Budiman, D. A. (2021). Studi Social Judgment Perilaku Gen-Z di Bengkulu Selama Masa Pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 02(02). Diambil dari <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>. ISSN: 2723-0929

Nindariati, L. (2019). Kepuasan Komunitas Fans BTS Riau Terhadap Tayangan Billboard Music Awards 2018 di NET TV. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diambil dari <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/15923>

- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analysis of The Influence of Flexing in Social Media on Community Life. *Journal of Information System and Communication*, 7(1), 173-178. DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093
- Pohan, S., Munawwarahb, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Komunikasi dan Diskursus*, 3(2), 490-493. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Purwanto, A. (2023). Peran transformational leadership, leader member exchange, transformasi digital, dan quality of work life terhadap organizational citizenship behavior dan innovative work behavior dan implikasinya terhadap kinerja universitas swasta di LLDIKTI III, IV, V, VI, dan VII. Diambil dari <http://repository.uph.edu/id/eprint/58403>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280-287.
- Putri, W. F. P. (2020). Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Makanpakereceh Dalam Penyebaran Informasi Kuliner. Universitas Komputer Indonesia. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3517>
- Prakoso, A. D. (2020). *Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru, Kecamatan Sukarame* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Putra Rahma Gita, F. I., Gelgel, N. M. R. A., & Suryawati, I. G. A. A. (2022). Motif pengguna TikTok dalam mendapatkan For Your Page (FYP) pada kalangan

remaja Kota Denpasar. E-Jurnal Medium, 3(1), 1-2.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/86413>

Rachmawati, W. (2022). Analisis Isi Pesan "Flexing" pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode "Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz"

Ramadhan, M. (2022, Maret 5). Durasi Video di TikTok Kini Makin Lama, Bisa Sampai 10 Menit. Kompas.com. Diambil dari <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/05/094500081/durasi-video-di-tiktok-kini-makin-lama-bisa-sampai-10-menit?page=all>

Ramby, K. (2022). Konsistensi Kreator Konten TikTok dalam Memproduksi Video sebagai Aplikasi Nomor Satu di App Store. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diambil dari <https://repository.uin-suska.ac.id/58187/2/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Sari, F. D. (2015). Sikap Orang Tua Terhadap Tindakan Kriminalitas Remaja di Desa Bumiratu Kecamatan Blambangan Umpu Kabupaten Way Kanan Tahun 2014 (Skripsi). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/8691/>

Sherren Elleanor & Ahmad Junaidi. (2022). Pengaruh Konten Mobile Legends di TikTok terhadap Popularitas Games Mobile Legends. Kiwari Journal. <https://journal.untar.ac.id/index.php/Kiwari/article/view/15773/12479>

Shiya Azi Sugiharto, & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). Volume VIII No. 2 / Desember 2018.

- Sulaksono, T. P. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Pemuda Dalam Berorganisasi di Desa Kedaton II Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur Tahun 2014. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/4607/>
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Dicitak oleh Grafindo.
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial. *Lintang.untar.ac.id*, 6(2), 295-304. [https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian\\_10916001\\_4A010223094509.pdf](https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10916001_4A010223094509.pdf)
- Wijaya, I. (2023). *Motif Mahasiswa Universitas Pelita Harapan Mengikuti Akun Instagram Spiritual Growth*. Skripsi Sarjana, Universitas Pelita Harapan. Diambil dari <http://repository.uhp.edu/id/eprint/56833>
- Wijaya, M.A. (2023). Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/29150/1/PERPUS%20PUSAT%20BAB%201%20DAN%205.pdf>
- Wijaya, N., Pawito, & Rahmanto, A. N. (2022). Tingkat Penerimaan Program Komunikasi Digital ‘Jelajah Virtual’ Monumen Pers Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pekommas*, 7(2), 143–160.
- Winata, F. C. (2020). Peran Media Digital Dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus ‘Catatan Najwa: Episode Maudy Ayunda Suka



Belajar'). Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1040/>

Windyaningrum, R., Nurullita, A., Aziz, H. A., & Nurfaizy, R. (2022). Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz. *Indonesian Journal of Social and Education*, 1(1), 8-17.

Yatawa, H. S. (2021). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @Infobdgcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Di Kota Bandung. Universitas Komputer Indonesia. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5493>