

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media*. Jakarta: Prenada Media Group
- Chaplin, J. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Danial, E., & Nanan, W. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Denzin, N., Lincoln, Y., & (Eds.). (2009). *Handbook of Qualitative Research. Terjemahan Dariyatno dkk.*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Flew, T. (2014). *New Media*. Australia: Oxford University Press.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif dan Kualitatif (Disertai Contoh Praktis) (Edisi 2)*. Jakarta: Prena Media Group.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2014). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Moeleong, L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurfalah, D., Kholil, D., Lestari, D., & Widaningsih, T. (2021). *MODEL IDENTITAS DIRI MAHASISWA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2009). *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology*. USA : Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryanto. (2018). *Kapita Selekta Komunikasi*. Bandung : Pustaka Setia.
- Witt, L., & Baird, E. (2018). *The Gen Z Frequency*. New York: Kogan Page Limited.
- Wood, J. (2011). *Communication Mosaics; An Introduction to The Field of Communication 6th Edition*. Wadsworth: Cengage Learning.

### JURNAL

- Andriani, F. (2018). FENOMENA SOCIAL CLIMBER MELALUI TWITWAR. *Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol. 1, No.2*, 349-360.

- Artika, M. (2015). *Social Climber sebagai Fenomena Komunikasi (Studi Deskriptif dikalangan Perantau Domestik yang Berdomisili di Bali)*. Malang: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Fitria, H. (2015). HIPER-REALITAS DALAM SOCIAL MEDIA (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyara-Kat Perkota-an). *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi Volume 45 Nomor 2*, 87-100.
- Jayanti, N. (2015). Komunikasi Kelompok “Social Climber” Pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Townsquare (Sutos). *Jurnal E-Komunikasi Vol 3. No 2 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 1-12.
- Lee, M., Kim, H., & Kim, O. (2015). Why Do People Retweet a Tweet?: Altruistic, Egoistic, and Reciprocity Motivations for Retweeting. *Psychologia*, 189-201.
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). *Instagram #Instasad?: Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed*. Diambil kembali dari Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking Volume 18: <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Melissa, E. (2010). BUDAYA DIGITAL DAN PERUBAHAN KONSUMSI MEDIA MASYARAKAT. *Departemen Komunikasi dan Public Relations, Fakultas Ekonomi dan Humaniora, Universitas Swiss*.
- Merrigan, G. (2017). Identity Management Theory. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication, Wiley Online Library*, 1-9.
- Permatasari, U. (2013). *Komunikasi Interpersonal Dalam Dramaturgi Pridabi “Social Climber” Pada Kelompok Pergaulan di Kemang Jakarta Selatan*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Puspita, R. D., & Gumelar, G. (2014). PENGARUH EMPATI TERHADAP PERILAKU PROSOSIAL DALAM BERBAGI ULANG INFORMASI ATAU RETWEET KEGIATAN SOSIAL DI JEJARING SOSIAL TWITTER. *Jurnal penelitian dan Pengukuran Psikologi Vol.3 No.1*, 1-7.
- Putri, N. B., & Romli, N. A. (2021). ANALISIS DAMPAK ADIKSI INTERNET PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN TEORI KOMUNIKASI. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 582-590.
- Riswari, A. (2019). Komunitas Surabaya Wotagei: Sebuah Kajian Budaya Populer. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 121-131.
- Susilo, N. (2013). IDENTITY MANAGEMENT PRIMARY RELATIOSHIP BERBUDAYA JAWA DAN TORAJA (STUDI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA). *Jurnal E-komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 1-12.
- Widiyanti, E., & Herwandito, S. (2020). IDENTITAS DIRI DAN HIPERREALITAS DALAM MEDIA SOSIAL. *Jurnal Cakrawala E ISSN 2655-1969*, 231-249.

#### WEBPAGE

- Business Insider. (2020). *Which social media platforms Gen Z checks on daily basis*. Business Insider Survey.
- Katadata. (2021, Januari 30). *Indonesia Didominasi Milenial dan Generasi Z*. Diambil kembali dari [katadata.co.id](https://katadata.co.id): <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/6014cb89a6eb7/indonesia-didominasi-milenial-dan-generasi-z>

Katadata. (2021, Januari 25). *Mayoritas Penduduk Jakarta adalah Milenial*. Diambil kembali dari Databoks: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/25/mayoritas-penduduk-jakarta-adalah-milenial#:~:text=Komposisi%20Penduduk%20Jakarta%20Menurut%20Generasi%20\(2020\)&text=Persentase%20tertinggi%20kedua%20adalah%20generasi,sekarang%20berusia%208%2D23%20ta](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/25/mayoritas-penduduk-jakarta-adalah-milenial#:~:text=Komposisi%20Penduduk%20Jakarta%20Menurut%20Generasi%20(2020)&text=Persentase%20tertinggi%20kedua%20adalah%20generasi,sekarang%20berusia%208%2D23%20ta)

Pradana, R. (2021, Agustus 4). *Ini Tiga Aplikasi Media Sosial Favorit Gen Z*. Diambil kembali dari Teknologi Bisnis: <https://teknologi.bisnis.com/read/20210804/101/1425706/ini-tiga-aplikasi-media-sosial-favorit-gen-z>

Twitter. (2022, Maret 11). *There's Gen Z. Then there's Gen Z on Twitter*. Diambil kembali dari Marketing Twitter: <https://marketing.twitter.com/en/insights/gen-z-twitter-trends>

We Are Social. (2022, Februari 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Diambil kembali dari DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

#### **INTERVIEW**

Azzahra, F. L. (2022, April 28). Informan 1. (I. R. Soeyatno, Pewawancara)

Badruzzaman, A. H. (2022, Mei 14). Informan 2 . (I. R. Soeyatno, Pewawancara)

Lihma, A. (2022, Mei 21). Informan 3. (I. R. Soeyatno, Pewawancara)

Panuntun, W. (2022, Mei 27). Informan 4. (I. R. Soeyatno, Pewawancara)