

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. Z., Sadjjo, P., & Nurmiarani, M. (2024). *Transformasi Media Sosial dalam Praktik Public Relations (Tinjauan Literatur)*. 2(4), 251–260.
- Agung, M., & Minangkabawi, H. (2024). *Membangun Kepercayaan yang Berkelanjutan di Era Disruptif Komunikasi : Perspektif Media dan Komunikasi Digital Building Sustainable Trust in Disruptive Communication : Media and Digital Communication Perspective*. 18(April), 265–280. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art9>
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z*. 2279–2289.
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., & Purba, N. (2023). *Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Ar, M., Faradila, F., Damayanti, M. W., Ridho, K., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2025). *Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Perubahan Perilaku Keagamaan dan Sosial pada Generasi Z The Influence of Instagram Use on Changes in Religious and Social Behavior in Generation Z*. 14(1), 8–17.
- Asgar, A Jaatsiyah Fath Falaq Am Nur, & Mohd Shahril. (2023). Analisis Pendekatan Stimulus-Organism-Response Terhadap Adopsi M-Banking Syariah dengan Artificial Intelligence: Sebuah Bukti Empiris Generasi Z. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2 Desember), 33–48. <https://doi.org/10.14421/jmes.2023.022-02>
- Brogden, W. A. (2018). A public figure. *Ichnographia Rustica*, 158–191. <https://doi.org/10.4324/9781315587714-6>
- Dewi, A. C., Soesanto, E., & Azmy, L. Q. (2025). *Peran Pengembangan Potensi Diri dalam Menemukan dan Mengasah Minat Bakat*. 2016.
- Emalia, P., Zahra, A., Ilham, M. I., Bintang, U. D., & Taqwin, M. A. (2024). *Representasi Personal Branding Maudy Ayunda Di Akun You Tube @ modmedia*. 7.
- Fahira, P. N. T. (2024). Fakultas Ilmu Komunikasi Jakarta. *Perpus.Univpancasila.Ac.Id*, IV(2). https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/2020_S1_SKRIPSI_701621011

- Febriandini, P. S., Turistiati, A. T., Sari, R. P., Komunikasi, P. I., & Purwokerto, U. A. (2025). *Strategi Komunikasi Yayasan An-Nur Haji Supono Bungkel Purbalingga dalam Mempertahankan Kredibilitas diperlukan dalam lingkup perusahaan untuk memelihara hubungan jangka. 16(1).*
- Febrianti Satari Atmadiwangsa, M., & Yulianita, N. (2022). Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 255–259. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.747>
- Febrina, D., & Adriana, T. A. (2025). *PENULIS ABSTRAK 1) Diah Febrina, 2) Tania Aqilla Adriana. 6(1), 7–17.*
- Funny, R., Elita, M., Mirawati, I., & Chaidir, M. F. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador terhadap Minat Beli Cessa Natural Essential Oil Roll On. 4.*
- Hana, A. F., Wulandari, S. H., Hasan, B. M., & Fantini, E. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap. 1, 8–16.*
- Ii, B. A. B. (2022). *BAB II Deskripsi Objek Penelitian A. Instagram Instagram terbentuk dari kata “.*
- Komunikasi, J. S. (2020). *micro-influencer di instagram. 4(March), 239–258.* <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.2301>
- Mayasari, F. (2023). *Menilik Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. 5, 75–86.*
- Nurrohim, H., & Anatan, L. (2009). Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1–9.
- Octaviani, F., & Selamat, F. (2023). *Pembelian Produk Fashion Melalui Kepercayaan Merek Pada Pengguna Instagram Di Jakarta. 7(2), 274–285.*
- Pasenrigading, A. R., Nur, H., & Daud, M. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja. 2(April).*
- Pratama, S., Agustina, L., & Nelloh, M. (2025). *Leveraging Influencer Marketing in Higher Education : Key Roles , Sectors , Platforms , and Influencer Types for Institutional Branding. 4(2), 134–145.*
- Putri, D. D., Andini, S., Ingtyas, F. T., & Sabrina, E. (2024). *Meta-Analysis the Impact of Technological Advancements on Social Interaction in the Digital*

- Era*. 4(001), 29–39.
- Putri, M. K. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer Generasi Z Terhadap Minat Beli Kebaya Pada Followers Tiktok @ raniaayamin*. 2(2), 125–133.
- Rahmat, A., & Abidin, M. (2020). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Andi. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 6(2), 242.
- Retnasari, D. (2017). *Instagram sebagai media promosi pada mata kuliah produksi busana konveksi*.
- Salsabila, I., Zulfiningrum, R., Komputer, F. I., Studi, P., Komunikasi, I., & Nuswantoro, U. D. (2025). *Source of credibility pada konten produk beauty influencer*. 11(1).
- Sari, W. P., Paramita, S., & Irena, L. (2024). *Model Personal Branding Nano-Influencers Generasi Z Di Instagram smartphone menjadi perangkat paling populer digunakan (Riyanto , 2021). Data Statista turut dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Asia , setelah Cina dan India (Ganbold , 2021). E*. 8(2), 328–340.
- Sofya, A., Novita, N. C., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Metode Survey : Explanatory Survey dan Cross Sectional dalam Penelitian Kuantitatif Survey Methods : Explanatory Survey and Cross Sectional in Quantitative Research*. 4(3), 1695–1708.
- Sumedang, U. P. (2024). *Tren Penelitian Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Masyarakat : Pendekatan Bibliometrik*. 7(1), 85–98.
- Unggul, U. E. (2025). *As-Syirkah : Islamic Economics & Financial Journal*. 4, 264–280. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v4i2.471>
- Wibisono, D. (2020). *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa di Lingkungan FISIP UNILA) Pendahuluan Perkembangan dunia dewasa ini semakin cepat dengan adanya globalisasi Globalisasi inilah yang membawa masyarakat kepada era yang b*. 22(2), 145–164.
- Xxxiii, T. O. M. (2024). *The Effects Of Social Media Content Characteristhics On Consumer Engagement – A. December*, 373–383.

Yadnya, I. D. G. S. A., & Warastuti, D. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja di Jakarta: Studi Mengenai Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 1(05), 250–260. <https://doi.org/10.58812/jpkws.v1i05.852>

