

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Agustina, R. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 3(2), 45–52.
- Bhattacharya, A. (2021). Gemophobia: The fear of marriage and commitment. *Psych Times*.
- Bisjoe, H. (2018). *Teknik Focus Group Discussion (FGD) dalam Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bohang, F. K. (2018, Juli 3). Tik Tok Diblokir Pemerintah Indonesia. *Kompas.com*.
- Desya Altifah Salma, & Choirul Ulil Albab. (2023). Strategi konten TikTok @jpradarsemarang dalam meningkatkan engagement. [Penelitian tidak diterbitkan].
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Penggunaan media sosial TikTok dalam pembentukan karakter remaja. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Gandaputra, E. Y. (2018). Pengantar studi fenomenologis dalam penelitian teologis. *Te Deum (Jurnal Teologi dan Pengembangan Pelayanan)*, 8(1), 1–16.
- Gaohan, W. (2023). The impact of TikTok's algorithm on youth perception: Bias, stereotypes, and social influence. *Journal of Media and Youth Culture*, 15(2), 45–60.
- Griffin, E. (2020). *A first look at communication theory* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Harris Poll. (2020). *Gen Z are the true digital natives, redefining creativity in the modern age*. The Harris Poll.
- Hu, Y., Zhang, M., Wang, Y., & Liu, X. (2023). Chinese TikTok (Douyin) Challenges and Body Image Concerns: A Pilot Study. *Journal of Health Psychology*, 28(2), 215–229.
- Katadata Insight Center, & Kominfo. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: SAGE Publications.
- Marini, L., Yurliani, R., & Nasution, I. K. (2022). Ekspektasi peran pernikahan pada Generasi Z ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan suku. *Jurnal Analtika*, 14(1).
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di masa pandemi (*The Presence of TikTok in the Pandemic*).
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Millah Salsabila. (2023). Penelitian konten “racun” pada media sosial TikTok sebagai pendorong perilaku konsumtif remaja dalam belanja online.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis pencarian informasi remaja Generasi Z dalam proses pengambilan keputusan belanja online. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(2), 146.
- Papacharissi, Z. (Ed.). (2020). *A networked self and platforms, stories, connections*. New York: Routledge.
- Permata, T. K. D. (2020). *Studi semiotika komunikasi representasi personalitas merek kosmetik Madame Gie dalam media sosial Instagram*. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Sakatiri, A. (2021). *Generasi Z dan Perkembangannya di Era Digital*. Jakarta: Pustaka Media Digital.
- Singh, A., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: The future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(3), 1–5.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Suraiyah, H. (2024). Persepsi Mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap dampak viralnya konten TikTok pada karakter remaja. [Penelitian tidak diterbitkan].
- Tanfaltin, V., & Yuliana, N. (2024). Preferensi pengguna media sosial TikTok dalam menonton konten TikTok Abe.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (JSC)*, 1(1).

