

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afrizal. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Barnard, Malcolm. (2002). *Fashion as Communication*. Canada: Routledge.
- Baudrillard, Jean. (1998). *The Consumer Society: Myths & Structures*. Sage Publications
- Craik, Jennifer. (2024). *Fashion The Key Concepts*. New York: Berg Publishers.
- Ellemers. et al. (1999). *Social Identity Context, Commitment, Content*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Medan: Umsu Press.
- Hadi, A., & Widyawati, N. (2024). *Setelah Algoritma: Media Baru dan Perubahan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hogg, M. A., & Abrams, D. (2006). *Social Identifications*. London and New York: Routledge.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg Publishers.
- Luik, Jandy. (2020). *Media baru sebuah pengantar*. Jakarta: Prenada Media.
- Lull, J. (1998). *Media Komunikasi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail: McQuail Mass Communication Theory*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2006). *Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harva Creative.

Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana.

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmawati, Y. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara.

Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). *Komunikasi Interpersonal*. Malang: CV IRDH.

Sampson, T. D., Maddison, S., & Ellis, D. (Eds.). (2018). *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion*. Bloomsbury Publishing PLC.

Tajfel, Henri. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. New York: Cambridge University Press.

Thomas, D. (2019). *Fashionopolis: the price of fast fashion--and the future of clothes*. Penguin Press.

Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: UTM Press.

Wijoyo, Hadion. et al. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Pena Persada.

Worchel. et al. (1998). *Social Identity (International Perspectives)*. London: Sage Publications

e-SKRIPSI

Arventine, C. V. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi diri*. (Skripsi), Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Deandra, Q. Z. (2023). *Fashion Sebagai Pembentuk Identitas Sosial Para Remaja Citayam Fashion Week di Dukuh Atas Sudirman*. (Skripsi), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

JURNAL

Anggraini, T. V., Hendarso, Y., & Taqwa, R. (2023). *Self-existence and Narcissistic Behavior (Generation Z Student) At Indo Global Mandiri*

University, Palembang City in TikTok. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, Vol 3(5), 871-879.

Azizah, T., Wati, Lina., & Pradesti, Ajeng. (2024). Fenomena Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Eksistensi Diri: Studi Fenomenologi pada Karyawan di PT. Bencuan Jaya Indonesia. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, Vol 4(6), 1970-1982.

Bergs, Y., Peters, P., Lub, X. D., & Blomme, R. J. (2023) Online identity work dynamics of Instagram micro-influencers: an extreme case approach. *Frontiers in psychology*, Vol 14.

Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social media society*, Vol 8(1), 1-11.

César, J., & Ødegård, M. (2025). Branded Clothing and the Identification Process: Ambivalence Between What I Want and What Society Wants from Me. *Trends in Psychology*, 1-27.

Deborah, I., Oesman, Y. M., & Yudha, R. T. B. (2022). Media sosial dan Perilaku Pembelian Impulsif: Peran Motivasi Belanja hedonis dan orientasi belanja. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol 22(1), 65-82.

Diantari, N. K. Y. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar. *Seminar Nasional Desain*, Vol 1, 98-104.

Dwihanggihini, H. S., Muslihudin., & Wulan, T. R. (2023). Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol 7(3), 30757-30765.

Efendi, M. S. et al. (2024). Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, Vol, 1(2), 3061-3068.

Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, Vol 1(3), 34-46.

Fahrezi, E. A., Sujarwo., & Safitri, D. (2025). Analisis Fenomenologi Pengguna Aktif Instagram Bagi Generasi Z. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol 2(4), 7525-7532.

- Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. *Bandung Conference Series: Public Relations, Vol 2(2)*, 451-456.
- Fathiyah. (2023). TikTok dan Kebebasan Berekspresi Di Ruang Digital Bagi Generasi Z. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 166-177.
- Fauziah, A., et al. (2024). Media and Celebrity Culture: The influencer Phenomenon on Social Media. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, Vol 4(4)*, 264-268.
- Fernández, M. E., & Daimiel, G. B. (2024). Exploring Digital Identity: Factor Shaping Generation Z Women's Self-presentation on TikTok. *Social Review, Vol 12(2)*, 71-83
- Fitriyani, P., Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2025). Pengaruh Live Streaming TikTok dan FOMO (Fear of Missing Out) Terhadap Keputusan pembelian impulsif Produk Fast Fashion Pada Generasi Z di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen, Vol 13(2)*, 101-110.
- Girnanfa, F. A., & Anindita, S. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication, Vol 1(1)*, 58-73.
- Hanana, Alna. (2022). Trend Postingan Selebrasi sebagai Bentuk Eksistensi Diri Generasi Muda di Sosial Media Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 13(1)*, 97-107.
- Hanandita, T. (2022). Pemakaian Merek Fast Fashion sebagai Representasi Identitas Diri. *Journal of Fashion Design, Vol 2(1)*, 38-44.
- Hidayati, D. N. R. (2023). Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban Dalam Fenomena Jastip (Studi Fenomenologi Pelanggan Perempuan Pada Layanan Jasa Titip Produk Fast Fashion). *The Commercium, Vol 7(2)*, 203-211.
- Humaira, H., & Fitriani, E. (2021). Penguatan Masyarakat Konsumen Abad Ke-21: Studi Kasus Konsumerisme Fast Fashion di Inggris. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya, Vol 11(2)*, 7.
- Husna, A., Hasan, K., & Arifin, A. (2024). Identitas Dan Penciptaan Diri Di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh, Vol 5(1)*, 45.

- Indriyani & Islami, T. A. (2025). Praktik Impulse Buying Terhadap Pembelian Fashion Melalui Shopee Oleh Generasi Z Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, Vol 3 (3), 2291-2300.
- Islami, M. Z., Leite, Y. A., Munandar, D. A., Sari, Y. N., & Trisakti, S. B. (2024). Ethical Challenge of Fashion Influencers Endorsement: Analysing Communication and Consumption Culture. *Jurnal Komunikasi Global*, Vol 13(1), 1-25.
- Karki, A., et al (2025) Impact of social media on fashion trends among youth. *International Journal of Advanced Mass Communication and Journalism*, Vol 6 (1), 190-195.
- Kalambura, S., et al. (2020). Fast Fashion-Sustainability And Climate Change: A Comparative Study of Portugal and Croatia. *Original Scientific Article*, Vol 2 (29), 269-291.
- Kamaruddin, S. A., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi Media Sosial Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard: Studi Kasus Tiktok Indonesia. *Bosowa Journal of Education*, Vol 5(1), 177-180.
- Kustiawan, W., et al. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, Vol 11(1).
- Lusiana, Y., & Paramita, S. (2022). Komunikasi Ekspresif Media TikTok. *Kiwari*, Vol 1(3), 443-448.
- Mahmudah, S. M., Rahayu, M., & Prasetyo, K. (2023). Virtual Identity In the Use of Tiktok For Youth in Jakarta, Indonesia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, Vol 9(2), 209-218.
- Maisalinia, R., Rahmawanti, M. R., Fatonah, U., & Safitri, A. (2025). Analisis Perilaku Konsumsi Berlebih pada Masyarakat Dalam Bentuk Fast Fashion. *Jurnal Obor Penmas: Pendidikan Luar Sekolah*, Vol 8(1), 95-104.
- Nadhila, S. et al. (2023). Eksistensi Diri Remaja Dalam Penggunaan Pakaian Bekas (Studi Kasus Pada Konsumen Thrifting Pajak Melati Medan). *Journal Of Social Science Research*, Vol 3(3), 2436-2446.
- Niinimäki, K., et al. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, Vol 1(4), 189-200.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vol 4(2), 86-96.

- Oktavina, M. T., Nurjannah, S., & Parama, I. D. M. S. (2024). Pemaknaan Fashionable Dalam Presentasi Diri Mahasiswa Universitas Mataram. *Proceeding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi, Vol 2*(1), 417-428.
- Pamungkas, et al. (2025). Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya, Vol 2*(1), 129-139.
- Permatasyari, Altita. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding, Vol 1*, 18-31.
- Pohan, J. D. B. et al. (2024). Penerapan Circular Fashion Pada Perilaku Hedonisme Generasi Z dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jambura Economic Education Journal, Vol 6*(1), 217-231.
- Prasetyawati, Happy., & Sitinjak, Y. V. (2022). Fashion Sebagai Media Komunikasi Non-Verbal Identitas Diri. *Widya Komunika, Vol 12*(1), 15-33.
- Prayitno, N. P. et al. (2023). Fenomena Joget TikTok Sebagai Sarana Eksistensi Diri di Kalangan Generasi Z Kota Bandung (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Aktif TikTok). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 4*(1), 13-20.
- Priscillia, M., Achdiani, Y., & Abdullah, M. N. A. (2024). Kesadaran Tren Fast Fashion pada Remaja di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya, Vol 10*(3), 511-518.
- Purwati, A., & Widaningsih, T. (2025). Kapitalisme Budaya dan Industri Media: Komodifikasi Konten dan Nilai Sosial di Era Digital. *Journal Scientific of Mandalika, Vol 6*(6), 1692-1710.
- Puspitasari, D. S., & Sudarmiatain, S. (2025). Analysis of FOMO Lifestyle and Consumer Behavior Of Gen Z Students Towards Viral Goods. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, Vol 3*(2), 183-192.
- Putri, H. L., Astinaningrum, N. M., & Aziza, W. (2024). Hiperrealitas Pengaruh Penggunaan TikTok dalam membentuk Eksistensi Diri Mahasiswa Universitas Jember. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, Vol 2*(3), 120-131.
- Rahmadania, S., Setiawan, J. H., & Putri, N. A. (2025). Generation Z's Conflict in Balancing Sustainable Fashion and FOMO Trends. *Mediasi Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi, Vol 6*(2), 148-163.

- Ramadhani, D. E., & Rosa, D. V. (2023). Fashion Skena : Kontestasi Tampilan Kaum Muda di Coffee Shop Jember. *Jurnal Studi Pemuda*, Vol 12(1), 63-79.
- Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). Fenomena TikTok Sebagai Media Komunikasi Edukasi. *Riksa Bahasa*, 227-235.
- Rusilita, G., & Seran, A. (2025). Media dan Konsumerisme: Studi Kritis Pahlawan Konsumtif dalam Budaya Populer. *Journal of Mandalika Literature*, Vol 6(1), 480-492.
- Sari, O. V. et al. (2024). Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Dio Prayogi Pada Media Sosial TikTok Dalam Dunia Virtual. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol 6(2).
- Serrano, M. J. H., et al. (2022). Analysis of digital self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, Vol 11(1), 49-63.
- Siregar, T. A. R. A., & Mesra, R. (2025). Eksplorasi Presentasi Diri Gen Z dalam Platform TikTok: Analisis Self-Identity Theory pada Pengguna TikTok di Siantar Selatan. *Jurnal Masyarakat Digital*, Vol 1(3), 101-111.
- Sujatmiko, W., Hendarso, Y., & Idi, A. (2024). Gaya Berpakaian di Media Sosial pada Remaja Perempuan di Pendopo Talang Ubi Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, Vol 10(3), 350-360.
- Suliyana, N., Purwanti, S., & Rifayanti, R. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Eksistensi Diri Pada Siswa SMA Negeri 1 Siluq Ngurai. *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol 12(2), 249-260.
- Susanto., Risnita., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, Vol 1(1), 53-61.
- Syafitri, C. Z. L. (2025). Peran Media Sosial dalam Mempengaruhi Kesadaran Konsumtif Generasi Z melalui Tren Thrifting sebagai Gaya Hidup Berkelanjutan. *Public Relation dan Media Komunikasi*, Vol 11 (1), 247-286.
- Tanjaya, N., & Agustrijanto. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Eksistensi Diri Bagi Generasi Z di DKI Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, Vol 8(3), 2917-2924.
- Tisa, M. (2023). Media Sosial TikTok Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Dramaturgi dan New-Media. *Journal Of Islamic Studies*, Vol 1(3), 246-257.

Wea, M. P. M., Letuna, M. A. N., & Leuape, E. S. (2022). Aplikasi TikTok Sebagai Ajang Ekspresi Diri (Studi Fenomenologi Pada Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Cendana Kupang). *Jurnal Mahasiswa Komunikasi, Vol 2*(2), 244-261.

Webster, G. (2023). Too fast of fashion: A Literature Review on the Destructive Social and Environmental Impacts of Fast Fashion. *Perspectives, Vol 15*(1).

Widyanita, A. R. (2022). Analisis Trend Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial. *Majalah Ilmiah Tabuah, Vol 26*(2), 73-79.

Zai, I. T. C., & Alva, N. Z. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Identitas Sosial Remaja di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik, Vol 1*(3), 134-139.

Sumber lain:

Adegeest, D. A. (2023). *H&M is no stranger to copying designs, so why sue shein?*. Diakses pada 8 Januari 2025. <https://fashionunited.com/news/fashion/h-m-is-no-stranger-to-copying-designs-so-why-sue-shein/2023072755083>

APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses pada 16 Januari 2025. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Erilia, Erika. (2024). *Apa itu Casual Style? Cek Contoh Outfit Trendy Inspirasinya*. Diakses pada 7 Januari 2025. <https://tirto.id/apa-itu-casual-style-dan-contoh-outfit-casual-trendy-g5ot>

Exploding Topics. (2025). *TikTok User Age, Gender, & Demographics*. Diakses pada 18 Agustus 2025. <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>

Kurnia, N. S. (2024). *4 Tips Pakai Style Y2K Fashion dengan Sentuhan Modern*. Diakses pada 8 Januari 2025. <https://www.idntimes.com/life/women/nadhifa-salsabila-1/style-y2k-fashion-c1c2>

Rizeki, D. N. (2023). *Mengenal Apa Itu Fast Fashion dan Perkembangannya di Indonesia*. Diakses pada 7 Januari 2025. <https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-fast-fashion>