

## DAFTAR PUSTAKA

- Argyo Demartoto. (2010). KONSEP MASKULINITAS DARI JAMAN KE JAMAN DAN CITRANYA DALAM MEDIA. *Jurnal Jurusan Sosiologi*, 3(Agustus), 119–122.
- Bungin, B. (2001). *Imaji media massa: konstruksi dan makna realitas sosial iklan televisi dalam masyarakat kapitalistik*. Jendela.  
<https://books.google.co.id/books?id=8-V9GwAACAAJ>
- Candrasari, Y. (2020). *Mediated Interpersonal Communication: A New Way of Social Interaction in the Digital Age*. 423(Imc 2019), 537–548.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.041>
- Delerue, H., Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104. <https://doi.org/10.1108/13287261211232126>
- Dewi, M. N., & Hatane Samuel. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 3(July), 1–23.
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Fakih, M. (1996). *Analisis gender & transformasi sosial*. Pustaka Pelajar.
- Farid Hamid Dan Heri Budianto. (2011). *Ilmu Komunikasi Sekarang Dan*

- Tantangan Masa Depan* (pp. 1–569). Kencana.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Hizarani Lailan Saadah Sihombing, W. N. R. (2005). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita*. 1–11.
- Hurlock, E. B. &. (2011). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga, Jakarta.  
<https://books.google.co.id/books?id=UdpcAQAACAAJ>
- Juditha, C. (2015). Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa. *Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika (BBPPKI) Makassar Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, 1(1), 6–14.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Ed. 1. Cet). Kencana.
- Lee, M., & Johnson, C. (2004). Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global. In *Jakarta: Prenada Media* (Vol. 3, Issue 10).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Monanda, R. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @AWKARIN TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS DI KALANGAN FOLLOWERS REMAJA. *Jom Fisip*, 4(2), 4.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.

- Mulyana, D. (2010). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Poerwandi, E. K. (2007). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Rahmawati, A. S. (2010). Bias Gender dalam Iklan Attack Easy di Televisi. *Journal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 221–232.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi komunikasi* (T. Surjaman (ed.); cet. 24). Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite ( We are Social ): Indonesian Digital Report 2020*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Salam, B. (2020). *Pria dan Skincare, Seteru atau Sekutu?*  
<https://www.kompasiana.com/nursalam-ar/5e47ef2e097f36181e1518c2/pria-dan-skincare-seteru-atau-sekutu?page=all#sectionall>

- Salbino, S. (2014). *Buku Pintar Gadget Android untuk Pemula* (Cet. 1). Kunci Komunikasi.
- Santrock, J. W. (2007). Remaja edisi kesebelas, jilid I. Terj. In W. Hardani (Ed.), *Benedictine Widyasinta. Jakarta: Erlangga* (Kesebelas). Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi remaja* (revisi). PT RajaGrafindo Persada.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Sobur, A. (2016). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia.
- Sukmadinata, N. S. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan* (Cet.4 (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Tutiasri, R. P., Nerissa, S., & Nerissa, N. (2019). Persepsi Atlet terhadap Pemberitaan tagar # KamiBersamaKPAI. *Jurnal KOMASKAM*, 1(2), 1–17.
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA Oleh. *Jom Fisip*, 4(2), 1–22.  
<https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf>