

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). VIRALITAS KONTEN DI MEDIA SOSIAL. *MAJALAH ILMIAH SEMI POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 1(2), 149–160.
<https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Annur, C. M. (2023, November). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak Ke-2 di Dunia*. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=Secara%20total%2C%20TikTok%20memiliki%201,seluruh%20dunia%20per%20Oktober%202023.>
- Ardia, V. (2014). DRAMA KOREA DAN BUDAYA POPULAR. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 12–18.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020*.
<https://sensus.bps.go.id/Topik/Tabular/Sp2020/2/0/0>.
<https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2022). *Jumlah Penduduk Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur (Jiwa), 2020-2022*. Surabayakota.Bps.Go.Id.
<https://surabayakota.bps.go.id/indicator/12/236/1/jumlah-penduduk-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur.html>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (2006). *Ekstasi Komunikasi in Terjemahan* (J. Firdaus, Ed.; 1st ed.). Kreasi Wacana.
- Bogdan, R. C., & Biklen, K. S. (1982). *Qualitative Research For Education; An Introduction to Theory and Methods; Allyn and Bacon*.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of Qualitative Research* (Fourth). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book*.
- Dewi, R. S. (2017). “MEME” SEBAGAI SEBUAH PESAN DAN BENTUK HIPERREALITAS DI MEDIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi - Mediakom*, 1(1).
- el Ishaq, R., & Mahanani, P. A. R. (2018). MEDIA SOSIAL, RUANG PUBLIK, DAN BUDAYA ‘POP.’ *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v3i1.1928>

- Fiske, J. (2011). *Memahami Budaya Populer* (A. B. Mahyuddin, Ed.). Jelasutra.
- Giarla V. (2019). *GENERATIONAL SOCIAL MEDIA: HOW SOCIAL MEDIA INFLUENCES THE ONLINE AND IN-PERSON RELATIONSHIPS OF GEN X, GEN Y, AND GEN Z* [Salem State University]. <http://hdl.handle.net/20.500.13013/699>
- Hidayatul Najah, D., Adi Putra, A., & Aiyuda, N. (2021). Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa. *Psychopolitan : Jurnal Psikologi*, 5(1).
- Hijrah, M., Cahyanii, A., Sakka, A., Universitas,), & Makassar, N. (2023). KAJIAN BUDAYA POPULER: ANALISIS TERHADAP PENGARUH MEDIA MASSA. *JSL Jurnal Socia Logica*, 3(1).
- Indah Indainanto, Y., & Albar Nasution, F. (2020). REPRESENTASI DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS BUDAYA POPULER. *Jurnal SEMIOTIKA*, 14(1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Istiqomah, A. (2020). Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban. *Jurnal Politik Walisongo*, 2(1), 2503–3204. <https://doi.org/10.21580/jpw.2020.2.1.3633>
- Jazilatul Khanifah, U., & Khoirotun Nisa, P. (2023). Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 14(1), 86–97. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Juarsa, E. (2016). Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 4(1).
- Kamaliah, A. (2024, January 31). *Menilik Media Sosial Pertama di Dunia, Ternyata Bukan Friendster*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7169081/menilik-media-sosial-pertama-di-dunia-ternyata-bukan-friendster#:~:Text=Nah%2C%20jawaban%20dari%20siapa%20media,Saling%20berteman%20dengan%20user%20lain>.
- Lestonac, Y., Wumbu, E., & Eriend, D. (2022). Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 8–21. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.36>
- Liliweri, A. (2003). *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Belajar.
- Lovita, L., Dzakiyah, U., Angelika, R., & Natasya, Y. (2023). ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL MELALUI APLIKASI DIGITAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PERSUASIF TERHADAP PENERAPAN ETIKA BERKOMUNIKASI PADA MAHASISWA. *EDUSAINTEK: Jurnal*

- Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 10(1), 181–192.
<https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i1.653>
- Mahanani, P. A. R. (2014). Media Sosial dan Gaya Komunikasi. *Jurnal Komunikator*, 6(1).
- Maharani, R. P., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2022). HIPERREALITAS PENGGUNA TIKTOK (STUDI KASUS PADA ANAK-ANAK DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU) TIKTOK USER HYPERREALITY (CASE STUDY OF YOUTH IN OGAN KOMERING ULU DISTRICT). *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3(1).
<http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Meitikasari, D. (2022). HYPERREALITY GAME ONLINE MENJERUMUSKAN GAMER MENJADI HYPER-LIFE? *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 6(2), 185. <https://doi.org/10.24198/jsg.v6i2.33664>
- Messianik Putra As Shamad, A. (2023). Komodifikasi Budaya Populer di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo) Popular Culture Commodification On Z Generation (Case Study Sidoarjo's Young Generation). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 220–223. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Mutiah, T., & Albar, I. (2019). ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL. *Global Komunika*, 1(1).
- Nur Zahroh, F., Akbar Prabowo, G., Nidn, M., Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuludin, J., & Dakwah, D. (2023). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI SISWA MI SALAFIYAH BAREK PUCANGANOM KEBONSARI MADIUN SKRIPSI Oleh: Pembimbing.*
- Piliang, Y. A. (1999). *Hiper-realitas Kebudayaan*. Lembaga Kajian Islam dan Sosial.
- Piliang, Y. A. (2009). *Posrealitas (Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika)* (Printing 2). Jalasutra.
- Putri, A. P., & Alamiyah, S. S. (2022). STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF: MOTIVASI MELAKUKAN PUBLIC DISPLAY AFFECTION PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Jurnal SIGNAL*, 10(1).
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)* (A. L., Ed.). PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rida, A., Aliah, H., & Nurfazri, M. (2023). TikTok as a Media for Self-Existence among Gen Z in the Middle of the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(1), 51–68. <https://journals2.ums.ac.id/index.php/sosial>

- Rizaty, A. M. (2023, December 12). *Data Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia hingga Oktober 2023*. <https://DataIndonesia.Id/Ekonomi-Digital/Detail/Data-Jumlah-Pengguna-Tiktok-Di-Indonesia-Hingga-Oktober-2023>.
- Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" *Forum Manajemen*, 35(2), 1–10. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>
- Sanita, M. (2023, December 15). *Istilah Skena yang Viral di Media Sosial hingga Munculnya Sindiran untuk Polisi Skena*. <https://Communication.Uii.Ac.Id/Istilah-Skena-Yang-Viral-Di-Media-Sosial-Hingga-Munculnya-Sindiran-Untuk-Polisi-Skena/>.
- Saphiere, D. H., Barbara, K. M., & Basma, I. D. (2005). *Communication Highwire: Leveraging The Power of Diverse Communication Styles*. Intercultural Press.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Cetakan Ke-19). Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. B., & Kristiyono, J. (2023). Aktivitas Digital PT. Terminal Petikemas Surabaya dalam Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Interaksi dan Komunikasi Publikasi. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.25008/caraka.v4i1.84>
- Suryana, E., Wulandari, S., Sagita, E., & Harto, K. (2022). Perkembangan Masa Remaja Akhir (Tugas, Fisik, Intelektual, Emosi, Sosial dan Agama) dan Implikasinya pada Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2614–8854. <http://Jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>
- Sütlüoğlu, Ç. B. (2021). *STORIES THAT BECOME US: HYPERREALITY AND STORYTELLING IN 21 ST CENTURY SOCIAL MEDIA PHENOMENA* [Master of Arts]. Sabanci University.
- Tyas, E. (2023, July 16). *Inilah Arti Kata Kalcer, Kerap Dipakai Ngobrol Anak Jaman Now saat Nongkrong hingga Viral di TikTok*. <https://Pop.Grid.Id/Read/303838852/Inilah-Arti-Kata-Kalcer-Kerap-Dipakai-Ngobrol-Anak-Jaman-Now-Saat-Nongkrong-Hingga-Viral-Di-Tiktok?Page=all>.
- Vyomakesisri, T., Sonu, T., & Srikanth, D. (2019). POP Culture: Interaction of and Influence on the Youth. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 5(1), 8–12. <https://doi.org/10.22161/ijels.51.2>

- Wijaya, M. H. dwi, & Mashud, M. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(2), 170–191. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(1).
- Zeva, S., Rizqiana, I., Novitasari, D., & Radita, F. R. (2023). Moralitas Generasi Z di Media Sosial: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(2).
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>