

DAFTAR PUSTAKA

- Wea, M., Letuna, M. A., & Leuape, E. S. (2023). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI AJANG EKSPRESI DIRI : (Studi Fenomenologi Pada Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Cendana Kupang). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 244–261. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v2i2.43>
- Zaskya, M., Boham, A., & Lotulung, L. J. H. (2021). Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31979>
- Ginting, Dea Cindi Amelia, Rezeki, Sri Gusti Rezeki, Siregar, Aldio Azani, & Nurbaiti Nurbaiti. (2023). Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(1), 22–29. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/280>
- Baso, A. R. A., Budiandriani, B., Ramlawati, R., & Mahfudnurnajamuddin, M. (2024). Analisis Komprehensif tentang Strategi Pemasaran yang Beretika dan Keterlibatan Pelanggan dalam Bisnis TikTok. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1). <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6922>
- Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Analisis aplikasi tiktok berdasarkan prinsip dan paradigma interaksi manusia dan komputer menggunakan evaluasi heuristic. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3). <https://journal.eng.unila.ac.id/index.php/jitet/article/view/3271>
- Pratama, S., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1(2), 102-115. <https://ejournal.ijshs.org/index.php/incare/article/view/64>
- Putri, S. D. Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. Koneksi.
- Rizaty, M. A. (2025, Februari 12). *Deretan Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia per Januari 2025, Indonesia Nomor 2*. DataIndonesia.id.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/10132>
- Juliasari, A., Malihah, I., & Hidayati, L. A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun@ Somethincofficial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 8-21. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/368>
- McSpadden, K. (2015, May 14). *You now have a shorter attention span than a goldfish*. Time. <https://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>

- Benitez, K. S., Macaraeg, R. J. T., Yatco, E. M. C., Escobin, A. V., Pablaysan, S. F. N., & Dominguez, J. (2024). Exploring Content Creator's Digital Identity Formation via Social Media Platforms. *Journal of Health and Behavioral Science*, 6(3), 278-293.
<https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/CJPS/article/view/18109>
- Nazmine, Tareen, M. K., Abdullah, Tareen, H. K., & Saimasiddique. (2021). *Digital media and self-presentation: A systematic review*. Journal of Tianjin University (Natural Science and Engineering Edition).
<https://tianjindaxuexuebao.com/details.php?id=DOI:10.17605/OSF.IO/DZUCQ>
- Mudani, L. S., & Ariantini, K. R. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif dengan Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Berbasis Digital. *COMMENT: Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi*, 1(2).
<https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/comment/article/view/1941>
- Bu, Bambang. (2025, Februari 13). *Ci Mehong: Antara kontroversi dan popularitas, siapa sebenarnya TikToker yang viral ini?* Insiden 24.
<https://www.insiden24.com/hiburan/39614546495/ci-mehong-antara-kontroversi-dan-popularitas-siapa-sebenarnya-tiktoker-yang-viral-ini>
- Liputan6.com. (2023, Maret 16). Profil Ci Mehong yang jualannya jadi sorotan usai direview Tasyi Athasyia. Liputan6.
- Tirto.id. (2024, Maret 6). Siapa Ci Mehong yang viral karena review Tasyi Athasyia? Tirto.id. <https://tirto.id/siapa-ci-mehong-yang-viral-karena-review-tasyi-athasyia-g8d8>
- Supardi, H. (2025, Februari 5). *Sisi lain Ci Mehong terbongkar! Dikenal galak kini jadi lembut saat berbagi sembako, netizen beri pujian: Baik banget makanya rezekinya berkah*. Hops.id.
- Wahyuningtyas, P. (2025, 12 Februari). *Siapa Ci Mehong yang Viral karena Review Tasyi Athasyia?* Tirto.id. <https://tirto.id/siapa-ci-mehong-yang-viral-karena-review-tasyi-athasyia-g8d8>
- Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Analisis aplikasi tiktok berdasarkan prinsip dan paradigma interaksi manusia dan komputer menggunakan evaluasi heuristic. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3).
<https://journal.eng.unila.ac.id/index.php/jitet/article/view/3271>
- Salsabila, T. A., & Wibawa, A. (2022). Peran dan Pemanfaatan Media Sosial di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(9), 416-421.
<https://journal3.um.ac.id/index.php/ft/article/view/3533>
- Wulansari, A. (2016). ANALISIS WACANA 'WHAT'S UP WITH MONAS?' DENGAN PENDEKATAN LINGUISTIK SISTEMIK FUNGSIONAL. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 12(2), 29-45.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/transformatika/article/view/188>
- Melyani, L., & Wihardi, D. (2021). IMPRESSION MANAGEMENT POLITISI DEWAN PIMPINAN CABANG PDI PERJUANGAN DALAM MEMENANGKAN PEMILU LEGISLATIF 2019 DI KOTA

- TANGERANG. *PANTAREI*, 5(02).
<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/688>
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi dramaturgi pengelolaan kesan melalui Twitter sebagai sarana eksistensi diri mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58-73.
<http://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/2>
- Minandra, C. M., & Moekahar, F. (2023, November). Impression Management di Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Michikofrizdew). In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 198-208).
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/799>
- Christiane, P., Putra, P., & Zainal, A. (2024). GAYA KOMUNIKASI PIMPINAN PT TELKOMSEL BRANCH LAMPUNG DALAM MEMBANGUN KEDEKATAN INTERAKSI PADA KARYAWAN. *KOMUNIKATA57*, 5(2), 202-211.
<https://doi.org/10.55122/kom57.v5i2.1530>
- Putra, M. F., Akbari, T. T., & Christy, R. A. (2020). Pendekatan Dramaturgi pada Penampilan Manajemen Impresi Abang Nong Jakarta. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 49-61. <https://pewarta.org/index.php/JPI/article/view/30>
- Abdurrohmah, Y. (2024). Manajemen Impresi Prabowo Subianto dalam Menghadapi Pemilihan Presiden 2024. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 16(1), 41-74.
<https://journals2.ums.ac.id/komuniti/article/view/3768>
- Saptanti, E. (2020). Impression Management Analysis of Ma'ruf Amin on Presidential Election Debate 2019. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Nabawi Komunikasi*, 12(2), 262-284.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1573>
- Marshall, P. D., Moore, C., & Barbour, K. (2019). *Persona studies: an introduction*. John Wiley & Sons
- Moleong, L. J. (2020). A. Pendekatan dan Jenis Penelitian. *Pelaksanaan Reforma Agraria Di Desa Sumberdanti Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember (Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1960 Tentang Pokok-Pokok Agraria Dan Perpres No. 86 Tahun 2018 Tentang Reforma Agraria)*.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian (eds.). 1995. *Metode penelitian survei*. Jakarta: LP3ES
- Dartiningsih, B. E. (2016). Gambaran Umum Lokasi, Subjek, Dan Objek Penelitian. *Buku Pendamping Bimbingan Skripsi*, 129.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- DetikFood. (2023, June 9). *Ci Mehong viral, awalnya punya baking house kini jual makanan 'palugada'*. DetikFood.