

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, L. & Amalia, D. (2024). Analisis Penerimaan *Followers* Tentang Klarifikasi Vina Muliana Pada TikTok @Vmuliana dalam Konten “Cerita Perjalanan Karierku”. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 10(2), 265-283.
- Alit, D. M., & Tejawati, N. L. P. (2023). Smart classroom: Digital Learning Generasi Z dan Alpha. *Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 1(2).
- Agustin, A., & Prapanca, D. (2023). Dampak Gaya Hidup Hedonisme dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Perilaku Keuangan Anak Muda dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 303-320.
- Amelia, A., Lukman, H., & Sriwati. (2023). Peranan content creator dalam meningkatkan brand awareness pada Sanggar Kreativitas Bombi Jakarta. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(1), 11–18.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72.
- Boediman, V. J., Tasik, F. C., & Kawung, E. J. (2023). Gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa kost (studi kasus pada mahasiswa Fisip Unsrat). *Jurnal Ilmiah Society*, 3(1), 105-123.

- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). Analisis resepsi khalayak terhadap makna muallaf pada iklan online Bukalapak “A Stranger–A Ramadan Story”. *CommLine*, 7(1), 43-56.
- Dennis, E., & Lindberg, R., (2025). Social Media and The Spread of Misinformation: Infectious and A Threat to Public Health. *Health Promotion International*, 40(2).
- Dwitanto, M.F., & Laili, I. (2022). Pandangan Hedonisme dan Eudaimonisme Dalam Mencapai Kebahagiaan. *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 28(2), 38-47.
- Febrina, R.I., Iriany, I.S., & Firdaus, F.S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 9(2), 305-322.
- Fitry, F., Kur'Ani, A., & Ramadhan, M. R. (2025). Pengaruh self-esteem terhadap gaya hidup hedonisme pada Generasi Z di Kota Pontianak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3).
- Halim, A., & Moekahar, F. (2024). The Phenomenon Hedonism on Instagram. *ICOMMEDIG: International Conference on Communication and Media Digital*, 1(1), 93-102.
- Herlina, E. R. (2023). Pandangan Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z. *Andragogi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 1-10.
- Hidayat, R. N., Sholahuddin, A., Firmansyah, I. A., Baskara, M. P., & Prasetyo, Y. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Minimalis Terhadap Pola

- Konsumsi Mahasiswa Ekonomi 4A Universitas Nurul Jadid. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(7), 197-204.
- Iftitah, N., Hidajat, W., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Promotion terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 582-592.
- Ilahi, D. R., Octaviani, V., & Sari, S. (2023). Pengaruh Kenikmatan Yang Dirasakan, Kegunaan Yang Dirasakan Dan Niat Merekomendasikan Terhadap Minat Beli Perempuan Millennial Pengguna Tik Tok Di Kota Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 825-838.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *IBTIDA'*, 3(1), 112-119.
- Juliyah, Siringoringo, R., Rohma, S., & Laksana, A. (2025). Tantangan komunikasi Generasi Z dalam perkembangan digital di era Teknologi 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 48–59.
- Karina, N. D., Awalludin, D., & Bakhri, A. S. (2023, May). Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen. *In Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, 3(1), 80-89.
- Khoirunnisa, K.N., Susilowati, Widuhung, S.M., (2025). Personal Branding Zata Ligouw di Instagram Dalam Membangun Identitas Sebagai Content Creator Edukasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2629--2638.

- Kis, M., Fitriani, W., & Irawati, M. (2024). Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja: A Systematic Literature Review. *Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 5(1), 227-238.
- Kuswanti, A., Moenawar, M. G., Zempi, C.N, & Maryam, S. (2024). Komunikasi dan hedonisme: Realitas Paradoks Menggapai Kesenangan. *Eureka Media Aksara*.
- Macharani, A. P., & Arviani, H. (2023). Analisis Resepsi Karyawan Jakarta Terhadap Konten Media Sosial Instagram Kopi Tuku (Studi Kasus: Konten Media Sosial Instagram Kopi Tuku). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8835-8846.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja *Content Creator* Di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.
- Marchellia, R. I. A. C., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(1).
- Maulidizen, A., Citra, Y. P. A., & Darmansyah, M. D. W. (2025). Critical analysis of Gen-Z's hedonistic consumer behavior through the lens of Islamic ethical consumption. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 548-562.
- Munawaroh, M. (2022). Hedonisme Remaja Sosialita. *TA'LIM: Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 5(2), 194-210.

- Munir, A. M. I. (2024). Melihat Ulang Hedonisme dari Perspektif Normatif dan Motivasi. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 8(1), 41-53.
- Nain, A. A., Sedayu, A., Usman, & Hariyadi, G. T. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Luxury, Harga, dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Samsung Z Flip 5 di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 255-264.
- Nasution, A.F. (2023). Pemikiran Zuhud Abu Talib Al-Makki: Relevansi dan Implementasi Sikap Hedonisme Pada Remaja. *Spiritualita*, 7(2) 135-144.
- Natalie, M. B., Putra, F. W., & Rossafine, T. D. (2022). Studi Tokoh Utama Film *Mulan*: Analisis Resepsi terhadap Hegemoni Maskulinitas. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 68-75.
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Maulana, M. A., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543-2550.
- Pambudi, R., Budiman, A., Rahayu, A. W., Sukanto, A. N. R., & Hendrayani, Y. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(3), 289-300.
- Putri, A. S. (2025). Pengaruh Algoritma TikTok terhadap Pola Konsumsi Konten dan Strategi Engagement Generasi Z di Indonesia. *EDUCATION: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(3), 25-35.
- Putri, A. S. M., Setiawati, R., & Widodo, H. (2022). Implementasi nilai Pancasila pada generasi Z. *Jurnal evaluasi dan pembelajaran*, 4(1), 17-24.

- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A.I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1-10.
- Rafly, M., Iriani, S., & Nugraha, A. (2024). Pemanfaatan Twitter sebagai media daring komunikasi politik Partai Solidaritas Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, 18(7), 1893-1904.
- Riskiy, S. R., & Hapsari, R. (2022). Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan Skincare Pria (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria). *BroadComm*, 4(1), 45-56.
- Safitri, C. N., & Husnaini, M. (2025). Dampak Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 7(1), 22-36.
- Sahril, Pakaya, A.R., & Machmud, R. (2024). Pengaruh Strategi Endorsement Nano Influencer Terhadap Minat Beli Knsumen Pada Produk Fashion (Studi Kasus Pengguna Social Media Instagram Pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2019 Universitas Negeri Gorontalo). *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 281-288.
- Saputri, R., Mahdar., dan Nasir, L.O.M., (2024). Peran Media Sosial TikTok Dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(3), 251-255.

- Schellewald, A. (2023). Understanding the Popularity and Affordances of TikTok Through User Experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568-1582.
- Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, E., Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di Era Globalisasi Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(4), 226-234.
- We Are Social. (2025) *Digital 2026: Global Overview Report*. We Are Social. <https://wearesocial.com>
- Waris, A.K., Mauludiyah, A., Nuroh, L., Astutik, P., Istifadah, R., Insani, S.N., Haryono, A., & Fahrudin, R. N. (2023). Efektivitas dan Tantangan Penggunaan Media Sosial Untuk Pembelajaran IPS Di Sekolah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pendidikan*, 3(6).
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211.
- Wijaya, C., & Primadini, I. (2023). The Meaning of Flexing Luxury Brand in Social Media Based on the Perception of Generation Z. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 128-136).
- Zam, M., Tavakoli, M., Ramezani, H., & Rezasoltani, A. (2022). Assessing The Different Aspects Of Consuming Fashion And The Role Of Self-Confidence On The Buying Behaviour Of Fashion Consumers In The Clothing Market As A Mediator. *Arxiv*.