

DAFTAR PUSTAKA

- Aghniyah, L., & Arif, M. (2025). Konsep Ikhlas Perspektif Al Ghazali dan Relevansinya terhadap Pendidikan Agama Islam. *Al-Kindi: Jurnal Pendidikan Islam Multidisipliner*, 01(02), 123–134.
- Aisyah, N., & Habibie, M. T. (2025). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perilaku Komunikasi Digital Native di Indonesia. *Proceeding.Unindra*. <http://proceeding.unindra.ac.id>
- Akbar, F., & Maksum, I. (2025). Strategi Komunikasi Radio Suara Muslim Dalam Siaran Program Majelis Tafsir Anime Sebagai Convergence Culture Content. *PANGARSA : Jurnal Pengembangan Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, Direvisi*, 2025.
- Ardiansyah, M. R., & Prasetio, A. (2022). Representasi Kelas Sosial Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan “Introducing Iphone 13 | Apple”). *Tanra, Desain Komunikasi Visual*. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, D. A. (2025). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Journal Konvergensi*. <https://id.linkedin.com/company/tabu-id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Laporan Profil Internet Indonesia 2025*. <https://survei.apjii.or.id>
- Chairunnisak, S., Sayed Ludhfi, Depita Kardiati, Fitria Akmal, Yuli Santri Isma, Jamiati KN, & Sarrah Kurnia Fadhillah. (2025). *Flexing* sebagai Strategi Representasi Diri di Media Sosial: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 177–185. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1189>
- Firdiansyah, A. L., Misnawi, Fareza, N., & Aisyah, N. (2025). Nilai Ikhlas dan Sabar Sebagai Fondasi Motivasi Belajar: Telaah Tematik Al-Qur'an. *Rumah Jurnal IAI YPBWI*. <https://doi.org/10.54180/elbanat.2025.15.1.397-408>
- Gitasela, Y. R., Yanto, & Sri, N. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Tentang Aplikasi MyPertamina (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu). *Jurnal Multimedia Dehasen*, 2(2), 405–418. <https://id.m.wikipedia.org/>
- Goffman, E. (2023). Presentation Of Self In Everyday Life. In *Social Theory Rewired*. <https://api.taylorfrancis.com>
- Hariyono, M., & Pradana, H. H. (2024). Fenomena *Flexing* Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z. *Psycho Aksara*, 2(1).
- Hasibuan. (2024). Kontekstualisasi Riya' Dalam Bentuk *Flexing* Ibadah Di Media Sosial Untuk Pencitraan (Studi Tafsir Tematik). *Repository UIN SUSKA*. <https://repository.uin-suska.ac.id/81729/>
- Hayati, M., & Romziana, L. (2025). Budaya *Flexing* Di Media Sosial Dan Implikasinya Terhadap Mentalitas Masyarakat Muslim: Perspektif Al-Qur'an Dan Psikologi Sosial. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. <https://journal.unpas.ac.id>
- Heriyanto, S., & Ashari, I. (2024). Media Instagram Dan Perilaku *Flexing* (Kajian Tentang Perilaku *Flexing* Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Sebagai Generasi Z Di Universitas Negeri Makassar). *JPTAM*. <https://jptam>.

- Hidayati, Y., & Nasution, M. I. P. (2025). Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) di Era Digital: Studi tentang Dampaknya pada Gen Z. *Innovate: Journal Of Social Science Research*. <https://j-innovative.org>
- Hijriani, N. (2023). Analisis Framing Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 Kementerian Kesehatan Dan Kementerian Komunikasi Dan Informatika Di Media Massa. *Repository IAIN Pare*. <https://repository.iainpare.ac.id/>
- Husna, N. N., & Bakhri, S. (2025). Dinamika Habitus Digital dan Kontestasi Modal Simbolik: Analisis Budaya *Flexing* pada Generasi Z Dalam Lanskap Sosial Indonesia. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara*, 4(3), 485–496. <https://doi.org/10.55123/sabana.v4i3.7332>
- Junaedi, M. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Beragama (Studi Fenomenologi Generasi Milenial Di Kota Enrekang) [Master's Thesis, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE]. In *repository.iainpare*. <https://repository.iainpare.ac.id>
- Kurniawan, M. R., Harmi, S., Lubis, K. C., & Nurbaiti. (2025). Strategi Storytelling di Media Sosial dan Implikasinya pada Loyalitas Konsumen Produk Lokal. *Journal.Student.Uny.Ac*, 3(1), 195–204. <https://journal.student.uny.ac.id/rpm/article/view/27265/19959>
- Malafitri, N., Zuhri, S., & Abidin, Z. A. (2022). Analisis Resepsi Generasi Z Surabaya Terhadap Standar Kecantikan Pada Laki-Laki Dalam Iklan Ms Glow For Men. *Jurnal Representamen*. <https://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/representamen/article/view/6346>
- Marsela, D., Hanna, R., Situmorang, E., & Dila, A. (2025). Dark Side Of Social Media Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 1(2), 1–15. <https://doi.org/10.11111/moderasi>
- Maulidya, A. N. (2023). Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan Youtube “Indonesia’s Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback.” In *Repository.unissula*. <https://repository.unissula.ac.id>
- Muhamad, N. (2025). *Update Jumlah Pemeluk Agama di Indonesia Semester I 2025*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/68b10f33a197c/update-jumlah-pemeluk-agama-di-indonesia-semester-i-2025>
- Nandizha, Z. R., & Lina, H. N. (2026). Analisis Resepsi Audiens Tiktok Terhadap Gimmick Marketing “Razia Sekolah” Emina Cosmetics. *Ejournal Unesa*, 10, 1–14.
- Nurjayanti, A. P., Yinriani, M., Yolanda, T., Febriani, Hafsah, H., & Wismanto. (2024). Pedoman Hidup Dalam Islam Yang Abadi dan Universal. *Ikhlas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(1), 63–72. <https://doi.org/10.61132/ikhlas.v2i1.270>
- Palupi, T. R. (2025). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Manajemen Stres Dalam Episode “Buat Yang Lagi Stres” Di Kanal Youtube Raditya Dika Dengan Gaya Podcast. In *Digilib.Unila*. <https://digilib.unila.ac.id>
- Pohan, I. Y., Mualim, M., & Ghifari, M. (2024b). Pandangan Al-Qur’an Tentang Fenomena *Flexing* Dalam Ibadah. *JOURNAL KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu*. <https://doi.org/10.36781/kaca.v14i2.723>

- Pramesti, D. Y., & Kusuma, A. S. (2025). Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Gen Z Terhadap Disinformasi Dan Misinformasi Dalam Film Budi Pekerti. *Eprints.UMS*.
- Pramudya, M. (2022). Penyucian Jiwa Dalam Konteks Pembentukan Akhlak Mulia Menurut Imam Al-Ghazali. *IDR UIN Antasari Banjarmasin*. <https://idr.uin-antasari.ac.id/20262/>
- Putra, D. Y. A., & Nanda, E. (2025). Representasi Pesan Moral dalam Iklan Telkomsel Siaga Edisi Ramadhan #BersamaKitaBerkah. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7, 604. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v7i2.5806>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Salsabila, A. A., & Nur, H. (2025). Representasi Diri di Sosial Media: Antara Identitas Nyata dan Identitas Virtual. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4).
- Saumantri, T. (2023). Hyper Religiusitas di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Keberagamaan di Media Sosial. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20, 107–123. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>
- Shobri, J. ', & Masnawati, E. (2025). Analisis Syar'i Atas Distingi Ibadah Mahdhah Dan Ghairu Mahdhah Serta Relevansinya Dalam Praktik Keagamaan Modern. *EL FANUS: Journal of Islamic Education, Vol 1, No 2, 2025*. <https://journal.staimun.ac.id>
- Shofira, A. Z. (2025). Makna Ikhlas Bagi Relawan Sosial Dalam Aktivitas Pengabdian Di Rubbik (Rumah Belajar Bermain Inspiratif Dan Kreatif) Kota Semarang. In *Walisongo Repository*. <https://eprints.walisongo.ac.id>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rd. In *Alfabeta*. Alfabeta.
- Sulhan. (2022). Pendidikan akhlak perspektif Ibnu Taimiyah: Analisis Kitab Tazkiyatun Nafs. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 15(3), 379. <https://doi.org/10.32832/tawazun.v15i3.8588>
- Suryadi, A., & Arief, M. J. (2026). Flexing Religius di Media Sosial: Antara Kesalehan dan Eksistensi Diri. *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(01), 1-8. <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v4i01.11898>
- Susanto, A., Lutfi, Nikmawati, & Rokobah, S. (2022). Beragama Di Era Digital/ Membentuk Identitas Dan Moderasi Untuk Generasi Z. *Bakti Negeri: Jurnal Inovasi Dan Kreasi Pengabdian Masyarakat*. <https://jurnal.stainidaeladabi.ac.id>
- Ulya, M. R. (2025). Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Tayangan Iklan Im3 : Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi. In *Repository UIN SUSKA*. <http://repository.uin-suska.ac.id/89711/>
- Umam, K., & Yazidurrahma, A. (2024). Islamisasi Teori Kebutuhan Abraham Maslow. *Dirosat, Jurnal Islamic of Studies*. <https://ejournal.unia.ac.id/index.php/dirosat/article/view/1583/989>

- Uyun, K., Nur Farida, V., & Prajoko, R. (2025). Analisis *Flexing* di Media Sosial: Citra, Konsumsi, dan Hubungan Sosial Gen Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 9(2). <https://jurnal.uinsu.ac.id>
- Wiranti, A., Delliana, S., Komunikasi, I., Bisnis dan Komunikasi, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2023). Analisis Resepsi Khalayak mengenai Hipnotis dalam Program “Garis Tangan (Episode 195)” ANTV. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 10(1).
- Yulindasari, A. (2024). Praktik Sosial *Flexing* Perempuan Bugis Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. In *Repository Unhas*. <https://repository.unhas.ac.id>