

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Ida, R., Program, M., Ilmu, D., Airlangga, U., Komunikasi, D. I., & Airlangga, U. (2018). *ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN METODE PENELITIAN*. 2(2), 130–145.
- Agustinus Gulo. (2023). Revitalisasi Budaya Di Era Digital Dan Eksplorasi Dampak Media Sosial Terhadap Dinamika Sosial-Budaya Di Tengah Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3), 172–184. <https://doi.org/10.55606/jurdikbud.v3i3.2655>
- Andriyani, T. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Ekowisata. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 312–324.
- Ayunda, A., Susanti, D., Nurhasanah, S., & Dongoran, R. (2025). *Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Diri Siswa*. 6(1), 183–194.
- Azlam, R., & Asse, A. (2018). *STRATEGI PEMASARAN ONLINE (STUDI KASUS FACEBOOK MARKETING WARUNK BAKSO MAS CINGKRANK DI MAKASSAR)* *Online Marketing Strategy (Case Study of Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank in Makassar)*. 7(2).
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., & Taylor, T. L. (2012). Ethnography and virtual worlds: A handbook of method. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*, 1–237. <https://doi.org/10.5860/choice.50-5679>
- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). *Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan*. 9(2), 88–96.
- Fadilla Noorikhsan, F., Ramdhani, H., Chrismanto Sirait, B., & Khoerunisa, N. (2023). *96-Journal of Political Issues Volume 5|Nomor 1| Juli 2023*. 5. <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>
- Hardiah, S. (2025). Menjadi Perempuan, Istri, dan Ibu: Kegelisahan Peran Gender dan Perasaan Kolektif melalui Mediasi Teknologi Digital. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 9(1), 113–129. <https://doi.org/10.30595/jssh.v9i1.19210>
- Hermina, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. 5(12), 5937–5948.
- Hidayat, Z. (2016). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat. *Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat Jurnal Komunikologi*, 13(September), 59.
- Hine, C. (2012). Virtual Ethnography. *Virtual Ethnography*. <https://doi.org/10.4135/9780857020277>
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afghani, M. W. (2014). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.
- Isnawati, S. I., & Waluyo, U. N. (2022). *VIRAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI*. 2(1).

- Jakariah, M., & Hersusetyati, H. (2021). Analisis Implementasi E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Facebook Di Desa Jatimulya, Kecamatan Terisi, Kabupaten Indramayu). *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v1i1.772>
- Kholili, G. S., & Susanti, Y. (2026). *Pengaruh Jam Posting terhadap Engagement Rate*.
- M Syarif Taufiq Hidayatullah, & Fitria Nur 'Aini. (2025). Komunikasi Digital Dalam Komunitas Transportasi: Studi Pola Interaksi Antara Bismania Dan Perusahaan Otobus Di Facebook. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(5), 157–166. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimi/article/view/1100>
- Mariana, R., Wadu, B., & Kraugusteeliana, K. (2025). *Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi : Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform*. 14, 1608–1618.
- Mulyana, D. A., Qonitah, A., Salsabilla, S. A., Komunikasi, F. I., & Padjadjaran, U. (2024). *Bentuk budaya partisipasi : Studi deskriptif kualitatif pada fandom bobotoh*. 2(1), 120–137.
- Mutamakkin, M., & Zain, F. (2026). *Tinjauan sosiologis tentang perubahan sosial pada masyarakat digital*. 15(01), 84–94.
- Nafi, S., Bayu, S., Hadi, D., Fahmi, F., & Raihan, R. (2024). *Strategi Negosiasi dalam Transaksi Jual-Beli di Facebook dalam Meningkatkan Bisnis di Era Digital*. 2(2), 212–225.
- Nainggolan, Y. O., Sihombing, E. S., & Gulo, S. (2025). *Media sebagai Agen Perubahan : Studi Peran Media dalam Pemberdayaan Masyarakat dalam Era Digital*. 01(03), 156–163.
- Nicke Kakiay, A. (2025). Representasi Diri pada Remaja Pengguna Media Sosial: Kajian Kualitatif Interpretatif. *CARONG: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 93–100. <https://doi.org/10.62710/p62rg335>
- Nona, T. P., Chiaralazzo, M. I., & X, I. P. (2026). *Katekese Digital bagi Anak Muda sebagai Ruang Pertemuan Iman dalam Konteks Media Sosial telah dinyatakan secara resmi dalam ajaran Magisterium , terutama melalui Konsili Vatikan II . para pemuda yang berada dalam budaya digital . Hal ini sesuai dengan penekanan arahan bahwa*.
- Nurrahman, R. F., Komunikasi, F. I., & Padjadjaran, U. (2026). *Instagram sebagai media komunikasi komunitas : Studi deskriptif akun @berandapangandaran*. 3(2), 332–347.
- Purborini, V. S., & Suryanatha, I. B. (2025). *Inovasi Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat : Membangun Kemandirian dan Kesejahteraan*. 4(1), 138–152.
- Qadir, M. R. A. (2016). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 1–23.

- Ramadani, U. P., Muthmainnah, R., & Ulhilma, N. (2025). *Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan : Antara Validitas dan Representativitas*. 574–585.
- Ramadhanti, G. A., Idris, I., Holisah, S., & Artikel, R. (2025). *Pemanfaatan afiliasi tiktok sebagai strategi digitalisasi bisnis untuk peningkatan ekonomi lokal*. 8(204), 307–323. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.23306>
- Riandi, Dini Dipani, Dewi Puspita, Yuliani, R. P. (2020). Pelatihan Konten Kreator untuk Meningkatkan Ekonomi dan Pendapatan Masyarakat Melalui Kreativitas Digital (Studi di Desa Cipalabuh Lebak-Banten). *Jurnal Abdidas*, 1(3), 131–136.
- Rusli & Fatra Emil. (2025). Konstruksi Identitas Dan Perilaku Baru Di Media Sosial : Potret Sosiologis Masyarakat Kota Makassar. *Ilmiah Komunikasi*, 3(2), 39–48.
- Sahid, U. (2024). *EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL MELALUI SOCIAL MEDIA FOOD INFLUENCER TERHADAP MINAT PEMBELIAN*. 7(2), 191–205.
- Samad, N. (2025). *Komunikasi Edukasi dalam Pemanfaatan Media Digital*. 6(2), 265–273.
- Setiawan, T., & Widyadari, V. S. (2025). Monetisasi Konten dan Perubahan Kualitas di Facebook: Studi atas Dampak Facebook Pro. *Visioner: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Konten Kreator*, 12(1), 60–73.
- Shiddiq, F. A., Bili, N. S., & Fathoni, M. (2023). *Fenomena Penggunaan Facebook sebagai Media Pemasaran Produk di Kalangan Masyarakat*. 231–240.
- Singarimbun, K. (2025). *DIGITAL IDENTITY AND ENTREPRENEURIAL BRANDING : STRATEGIC*. *Aiccon*, 383–396.
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KETENAGAKERJAAN DI KALANGAN ANGKATAN KERJA MUDA PADA MASA PANDEMI COVID-19 THE USE OF SOCIAL MEDIA AND FULFILLED NEEDS OF MANPOWER INFORMATION AMONG YOUNG LABOR FORCE DURING COVID-19*. 203–222. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Sosiawan, E. A. (2020). Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*, 09(01), 60–75.
- Sulkhan, K. A., Indonesia, I., Kolektif, I., Virtual, K., Sosial, P., Intimacy, C., Performance, S., & Community, V. (2025). *KOLEKTIF PADA KOMUNITAS VIRTUAL REHABILITASI KORBAN JUDI*. 10(3), 694–703.
- Suprajang, S. E., Murdinar, H. E., Latifah, N., Tinggi, S., Ekonomi, I., Nahdlatul, U., Blitar, U., Komunitas, A., Putra, N., & Fajar, S. (2024). *FACEBOOK : REVOLUSI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE IBU-IBU UNTUK MENINGKATKAN*. 08, 172–179.

- Suriadi, H., Sriwahyuni, N., Barat, M. S., & Press, S. A. (2025). *Journal of Social, Educational and Religious Studies*. 1(2), 20–37.
- Susanto, G. A. (2025). *Tinjauan Kritis atas Berkembangnya Media Sosial dan Ancaman Terhadap Media Mainstream Menurut Manuel Castells*. 11(01), 6–16.
- Sutopo, D. S. (2025). *Dinamika Modal Sosial Dan Jaringan Kerja Informal Dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Petani Milenial Di Pedesaan Indonesia*. 1(2), 50–59.
- Syifa Syaharany, N., Aprilianti, S., & Septianawati, W. (2025). Pemberdayaan Ibu Pkk Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga Di Era Digital. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 18–28. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25210>
- Wahyudi, A. H., Hartanto, M., & Saputra, A. (2026). *INTERNET PADA INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT PERKOTAAN DAN PEDESAAN DI INDONESIA : TINJAUAN LITERATUR*. 1(1), 76–85.
- Wahyuni, H., & Fajarini, S. D. (2025). Ruang Ekspresi Diri Di Era Digital (Analisis Peran Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Fisip Umb). *Jurnal MADIA*, 6(1), 125–138.
- Wibowo, A., & Siahaan, A. D. (2025). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia Pemberdayaan Komunitas Melalui Pelatihan Teknologi Digital Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia*. 3(1), 190–197.
- Widiyawati, D. (2023). *STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP PRAKTIK MARKETING PADA AKUN INSTAGRAM @ JUBAHAKHWAT*.
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., Handayani, L., Studi, P., Informasi, S., Komputer, F. I., Informatika, P. S., Komputer, F. I., Studi, P., & Komunikasi, I. (2024). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM*. 5(1), 141–149.
- Yusanto Yoki. (2019). Ragam Pendekatan Penelitian. *Journal of Scientific Communication*, 1(1), 1–13.
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEHUMANAN THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AS A DIGITAL*. 3(1), 26–39.