

DAFTAR PUSTAKA

- Aura, S., Yuniawati, Y., & Khaerani, R. (2026). *Pengaruh Perceived Influencer Authenticity terhadap Visit Intention : Perbandingan pada Generasi Z dan Milenial*. 12(1), 45–64.
- Amali, M. T., Lestari, S., Pudrianisa, G., Jl, A., Yani, A., Banguntapan, K., Bantul, K., & Yogyakarta, D. I. (2024). The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision To Visit Pasar Kangen Yogyakarta. 13(2), 153–164. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5634>
- APJII. (2025). Profil Internet Indonesia & Segmentasi Pasar Isp Tahun 2025. Apjii.or.Id. https://survei1.apjii.or.id/download_survei/d10a4f25-549d-4e91-bb4f-8ed61242c8de
- Baumann, F., Arora, N., Rahwan, I., & Czaplicka, A. (2025). Dynamics of Algorithmic Content Amplification on TikTok. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-026-00629-2>
- Bayu Aji, F., & Asnawi Tohir, N. (2022). Refleksi Kritis atas Degradasi Autentisitas Masyarakat Media. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 169–182. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol14.iss2.art5>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2013). Emotion_Virality_Berger_summary. 18–23.
- Cresswell. (2013). Reserachmdesing 5Thmedition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Number 9).
- 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. <https://doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>
- Eugenia, C. M., Hagijanto, A. D., & Malkisedek, M. H. (2022). Instagram Sebagai Media Pendukung Kampanye Pentingnya Literasi Digital. *Jurnal DKV ...*, 1, <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12349>
- Enli, G. (2015). Mediated Authenticity. How the Media Constructs Reality. *Perspectives in Public Health*, 130(5), 239–239. <https://doi.org/10.1177/1757913910379198>
- Febriyanti, S. A., Setiasih, E. N., Salsabila, S. D., Rhama, B., & Thareq, S. I. (2025). Hubungan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Motivasi Akademik Mahasiswa Generasi Z. *JUPEIS : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(4), 181–192. <https://doi.org/10.57218/jupeis.vol4.iss4.2223>
- Ginee. (2021, November 7). Pengguna TikTok Indonesia gempar, potensi cuan menggelegar! <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- GoodStats. (2025, May 12). Indonesia digital report 2025: Social media use.

<https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-social-media-use-9yFMD>

- Grantham, S., Cervi, L., & Iachizzi, M. (2025). Double tap democracy: political authenticity in the TikTok era. *Media International Australia*. <https://doi.org/10.1177/1329878X251327232>
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, A. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. CCCS Selected Working Papers, September, 402–414. <https://doi.org/10.4324/9780203357071-35>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1980). Culture, Media, Language. *Media Studies: A Reader: Media Studies*, 7(7), 28–38. <https://doi.org/10.4135/9781446221280.n72>
- Hall, S. (1980). *representation.pdf*.
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Tazkia Fitri, A., Mona Febriani, R., Hidayatullah, R., Harmonedi Landasan Teori, H., Relevan, P., & Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan Haura Hanifah, K. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 391–404.
- Haura Hanifah, Lathifa Salsabillah, Allisa Tazkia Fitri, Riska Mona Febriani, Rully Hidayatullah, & Harmonedi. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- Influential, H. S. (1996). ENCODING , DECODING EDITOR ' S INTRODUCTION goes.
- Kemp, S. (2025, March 12). TikTok users, stats, data & trends for 2025. DataReportal. <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- Khasanah, O. N. (2024). Manajemen Distribusi dan Audiens – Strategi distribusi Konten media , Segmentasi Audiens dan Personal konten , Algoritma Media Sosial dan Dampaknya pada Persebaran Informasi. *Amerta: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 135–145. file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Amerta-Okti+nurul+khasanah.pdf
- Kustiawan, W., Ramadhan, M., & Habiibii, M. N. (2025). Analisis Penggunaan Tik - Tok Terhadap Gaya Hidup Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5036.
- Manurung, L., Mika, A., Manik, C., Agustin, A., Triani, A., Hasibuan, K. M.,

- Sitorus, S. I., & Saputra, H. (2025). *Dampak Konten Viral di Media Sosial Terhadap Pola Perilaku Pembelian Konsumen Generasi Z*. 02(04), 328–337.
- Munti Kunmiati. (2024). KONSTRUKSI IDENTITAS DARING DI PLATFORM MEDIA SOSIAL: ANTARA AUTENTISITAS DAN PERFORMA DIRI. *Jurnal Karomah*, 1. <https://oj.mjukn.org/index.php/jk/article/view/3269>
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2247>
- Nurangraini, A. S., Syamsir, Jumaita Ayu, A., Belia, C. B., Kartika, D., & Gussantina, D. (2025). Transformasi Budaya Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Remaja Di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 4800–4809.
- Nurul, D., & Yuliandari, A. (2025). *Journal of Education and Multidisciplinary Studies Viralitas Yang Direkayasa : Studi Kritis Tentang Algoritme Tiktok Dan Produksi Kesadaran Sosial*. 1(1), 99–110.
- Padilah, N. N., & Juliana Kurniawati. (2025). Representasi Dan Penerimaan Audiens. *Jurnal Madia*, 6(1), 46–57.
- Pindarto, M., Astaniah, Miranda, & Surawan. (2026). Performative Grief dan Komodifikasi Emosi di Media Sosial: Implikasinya terhadap Pembentukan Karakter Generasi Z. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 50–60. <https://doi.org/10.31294/jkom.v17i1.12501>
- Putri, R. F. (2025). Strategi Konten Audio Visual Dalam Promosi Brand Lokal: Studi Kasus Instagram Alunicorn. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4096–4108. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8668>
- Rorimpandey, P. A. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna*, 5(3), 1–5.
- Shecha Rahmania, Mirna Nur Alia Abdullah, M. R. R. M. (2025). 1 , 2 , 3. 11(September), 233–243.
- We Are Social, & Meltwater. (2025). Digital 2026: Indonesia. We Are Social.
- Shilfa, I., Purwanto, E., & Hanafiah, T. (2025). Globalisasi Budaya Pop Dalam Media Digital : Kajian Pada Platform Tiktok. *Jurnal SEMIOTIKA*, 19(1), 70–79. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/8327/pdf#:~:text=Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji,mengungkap peran TikTok dalam memperkuat>
- Wibisono, M. P., & Haqqu, R. (2024). Analisis Penerimaan Pesan Satire Lingkungan Di Konten Tiktok @Pandawaragrup Menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu*

Komunikasi Dan Informasi, 9(4), 909–923.
<http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.295>

- Yuliastuti, M. (2024). Ketika TikTok ‘Mengkhianati’ Kepercayaan Gen Z: Studi Uses & Gratification Penggunaan TikTok di Surabaya. *Scriptura*, 14(1), 82–94.
- Yunita Sari, N., & Reta Kusumawijayanti, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas. *Peran Media Sosial Dalam Fenomena Viralitas*, 1(3), 49–58.
- Zalfa Rachman, M., Puri Bestari, & Christanti, M. F. (2023). Analisis Resepsi Followers TikTok Dalam Membangun Self Development Pasca Pandemi Covid 19. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1–14. <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6646>
- Ziyada, M., & Shamo, P. (2024). Video Popularity in Social Media: Impact of Emotions, Raw Features and Viewer Comments. *2024 Joint 13th International Conference on Soft Computing and Intelligent Systems and 25th International Symposium on Advanced Intelligent Systems, SCIS and ISIS 2024*. <https://doi.org/10.1109/SCISIS61014.2024.10759978>
- Zuhrinal M. Nawawi, & Siti Nurhalimah. (2025). Pengaruh Copywriting Emosional terhadap Engagement di Platform Sosial Berbasis Algoritma Kurasi. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 01–09. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i3.2335>