

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Dewi, H., Ati, L., & Sukarson, A. (2024). *Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. 4(1), 52–57.
- Andriani, E., Prasetya, A. D., & Pratama, B. Y. (2024). *Pengaruh Aplikasi TikTok dalam Komunikasi Generasi Z: Tinjauan terhadap Perubahan Pola Interaksi dan Ekspresi Digital*. 3.
- Anjani, F., Nugroho, D. R., & Ulya, E. D. (2025). *Pemanfaatan Tiktok Sebagai Personal Branding Bagi Mahasiswa Gen Z*. 6(2), 521–536.
- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Abdul, M. (2023). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z*. 5, 189–198.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). *Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era: A Case Study on the Millennial Generation*. 8(1), 872–881. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Derajat, S. P. (2025). *Eksplorasi Persepsi Generasi Z terhadap Kredibilitas dan Popularitas Influencer TikTok dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review*. 2(2), 183–191.
- Devito, J. A. (n.d.). *The Interpersonal Communication Book*. 1–20.
- Dwi, S., Prasetyo, K., & Sobari, N. (2024). *Checkout or Scroll Down? Investigating TikTok 'Influencer Credibility Effects on Followers' Purchase Intentions*. 0, 454–471.
- Enzelica, G., Ginting, B., & Pribadi, M. A. (2025). *Persepsi Politik Generasi Z di TikTok: Analisis Teori Ekologi Media*. 97–104.
- Faradilla, N. D., Purnamasari, D., Komunikasi, F. I., Gundarma, U., Cina, P., Beji, K., & Depok, K. (2023). *Peran Aplikasi Tiktok Dalam Mengedukasi Bahasa Isyarat Melalui Komunikasi Formal Informal Dan Simbolik*. 11(1), 82–97.
- Fitri. (2023). *Jurnal Politik Dan Pemerintahan*. 8, 41–55.
- Fitri, D., Sos, S., Ag, S., Si, M., Fazil, M., Ag, S., Soc, M., & Ula, W. (2021). 10(April), 32–41.
- Hasna, S. (2023). *Gaya Komunikasi dan Bentuk Konstruksi Citra Politik Anggota Legislatif Perempuan di Indonesia*. 4, 12–31.
- Herlina. (2025). *IJoEd: Indonesian Journal on Education Media Sosial Instagram Sebagai Ekspresi Dan Relevansinya Terhadap Gaya Pakaian Gen Z Instagram Social Media As An Expression And Its Relevance To Gen Z 'S Clothing Style*. 1(3), 262–270.

- Ilmu, J., Dan, K., Sosial, M., No, V., Januari, E., Hal, A., & Vania, A. T. (2025). *Analisis Gaya Berkomunikasi Online Influencer Vania Winola Melalui*. 5(1), 92–106.
- Indah, A., Kristanti, S., Cahyo, L., & Buntaran, K. (2024). *Strategi Komunikasi Visual di Media Sosial : Studi Kasus Pada Akun Instagram Tirtoid*. 13(Okttober), 1–17.
- Lutfiah, A. Q., Rahmadiani, D., & Febrianto, A. S. (2024). *Manajerial : Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi Peran Perilaku Komunikasi Interpersonal Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Digital*. 23(May 2023), 75–84.
- Maulana, Y., Lubis, N. M., Ramadhani, R. W., & Wahyuni, S. (2025). *The Influence of “FoMO” on Fashion Behavior in Generation Z Through the Social Media Platform TikTok : Followers of @ Sasfhir Pengaruh “Fo MO” Terhadap Perilaku Berbusana pada Generasi Z Melalui Platform Media Sosial TikTok : Followers @ Sasfhir*. 12(May), 19–29.
- Nadila, A. P., Zahro, U. M., January, R., & Info, A. (2025). *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Komunikasi Dua Arah dengan Wali Murid di Lembaga Pendidikan*. 1(1), 50–56.
- Noviani, A. P., Suryawinata, H., Maelani, S. R., Mulyeni, S., Ekonomi, F., & Pasim, U. N. (2026). *Pengaruh FoMO terhadap Gaya Hidup Gen Z Pengguna TikTok perilaku dan gaya hidup masyarakat , terutama pada Generasi Z yang tumbuh di era internet . menyalurkan ekspresi , berbagi ide , dan mengikuti berbagai tren populer . Namun , kebiasaan ini kesepian yang justru berlawanan dengan tujuan awal media sosial sebagai alat koneksi sosial . 3.*
- Octaferina, F. W., Syahbani, R., Kautsar, M., & Hadiramzah, A. (2025). *Fesyen Muslim Gen Z : Representasi Identitas Islam Dalam Perilaku Konsumsi Untuk Mendukung Sdgs*. 2(2), 2075–2083.
- Pamungkas, R. E., AINU, F. E., Nisa, P. K., & Akbar, M. (2025). *Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. 1.*
- Pratiwi, F. S. (2024). *Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Media Sosial*. 293–315.
- Purwanti, S. (2024). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Hiburan Bagi Generasi Z*. 07(02), 161–179. <https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i02.2004>
- Salsabila, F., Agustina, P., Administrasi, F. I., & Malang, U. B. (2024). *Verbal Dan Nonverbal Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*. 2(7), 526–530.
- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). *Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa : Teknik , Strategi , dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat*. 2(1), 62–73.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Syahri, F. M., Maharani, N. A., & Ridho, K. (2024). *Dampak TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial dan Nilai Kultural Generasi Z*. 2, 572–579.
- Tampubolon, M. F., Sanjaya, S. C., Pratama, R. A., Akuntansi, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Digital, K., & Bahasa, K. (2025). *Strategi Komunikasi Digital Generasi Z: Analisis Pragmatik Kreativitas Bahasa dalam Komentar TikTok*. 4, 2170–2177.
- Thariq negeri, I., & Curup, I. (2023). *Ath-Thariq ; Jurnal dakwah dan komunikasi*, Vol. 07, No. 01, Januari-Juni 2023 58. 07(01), 58–71.
- Wianuari, Y., Chairil, A. M., Info, A., & History, A. (2024). *Analisis Persepsi Sustainable fashion pada Generasi Z di Tiktok*. 7(September), 9712–9717.
- Wijaya, A. (2024). *Gaya Komunikasi Akun Tiktok @ msalbaniquotes Dalam Meyampaikan Nilai-nilai Islam Di Kalangan Generasi-Z Ardiansyah Wijaya Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , Medan Muktaruddin Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , Medan Abstrak*. 18(3), 1966–1977.
- Wulandari, S., Fajrianor, M., Zusanri, M., Saragih, O. K., & Adiwijaya, S. (2025). *Menguak Inspirasi dan Realitas Dunia Kerja Bagi Generasi Z : Sebuah Analisis Konten Tiktok*. 3(1), 29–36.