

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adi, A. P., & R. S. (2009). *Panduan Cepat Menguasai Twitter*. PT. Elex Media Komputindo.
- Afiyah, A. A. (2021). *Perubahan Budaya Komunikasi dalam masyarakat mengenai seksual di media sosial twitter*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Astuti, S., Prananingrum, N., Rahmiaji, L., Nurhajati, L., Lotulung, L., & Kurnia, N. (2021). Budaya Bermedia Digital. In *Modul : BUDAYA BERMEDIA DIGITAL*.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Dayakisni, T. dan H. (2006). *Psikologi Sosial*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- DeVito, J. A. (2016). The Interpersonal Communication Book 14th Edition. In *Peason* (Vol. 4, Issue 1).
- Georgakopoulou, A. (2011). Computer-mediated communication. *Pragmatics in Practice*, 9, 93.
- Herdiawanto, H., & Hamdayama, J. (2021). Dasar-Dasar Penelitian Sosial. In *Prenada Media*.
- Indraddin, & Irwan. (2016). Strategi dan Perubahan Sosial. In *Sosiologi*.
- Jourard, S. M. (1971). *Self Disclosure; An Experimental Analysis of the Transparent Self*. Publishing Company Huntington.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media

Group.

Marcia, J. (1980). *Identity in Adolescence*. Willey.

Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Nasrulullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media.

Papu, J. (2002). *Pengungkapan Diri*. Team e-psikologi.

Rachmawati, D. (2018). Hubungan Kecanduan Internet Terhadap Interaksi Sosial Remaja. In *Photosynthetica* (Vol. 2, Issue 1).

Redi. (2018). Pengantar Studi Komunikasi. *Rineka Cipta*.

Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.

Widayanti. (2009). *Konsep Mengenai Identitas*. Mata Bangsa.

JURNAL

Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 7(1).

Afiyah, A. A. (2021). *Perubahan Budaya Komunikasi dalam masyarakat mengenai seksual di media sosial Twitter*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Aulia, I. M., & Sugandi, M. S. (2020). Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter (Studi Dramaturgi Pada Akun Twitter

- Fandom Di Kota Bandung). *Epigram*, 17(1), 75–84.
<https://doi.org/10.32722/epi.v17i1.3367>
- Azka, S. S., & Karo-Karo, S. T. H. (2023). Penggunaan Bahasa Gaul Dikalangan Remaja Dalam Menggunakan Twitter. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa (JURRIBAH)*, 2(1), 114–122.
- Dayakisni, T. dan H. (2006). *Psikologi Sosial*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna WhatsApp Di Era Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1), 265273.
- Gustia, F. Y., & Irwansyah, I. (2022). Perkembangan aplikasi teori ketidaksesuaian harapan dalam berbagai konteks komunikasi: tinjauan 98social98 sistematis. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(5), 477–502.
- Grayson, D., & Hodges, A. (2017). Corporate Social Opportunity! In *Corporate Social Opportunity!* <https://doi.org/10.4324/9781351280884>
- Hasanah, U. (2013). Pembentukan Identitas Diri dan Gambaran Diri pada Remaja Putri Bertato di Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 1(2), 102–107.
- Hesadiwana, B., & Syafrini, D. (n.d.). *Motif Penggunaan Fake account Ego di Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Padang*.
- Hidayah, N., & Kartono, D. T. (n.d.). KETIDAKSESUAIAN HARAPAN TERKAIT EDUKASI KECANTIKAN DI REALITAS TIKTOK (Studi dengan Pendekatan Dramaturgi pada akun dr. Richard Lee, MARS, AAAM dan dr. Reza Gladys, Dipl. AAAM). *Journal of Development and Social Change*, 4(2), 1–25.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *MEDIUM*, 8(1).
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).482](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).482)

- Kalaloi, A. F. (2019). *Media Sosial dan Keberanian Mengutarakan Pendapat di era Kontemporer : Menelik Teori Spiral of Scilence dalam Ruang Media Sosial. October 2019.* <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/G65JZ>
- Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34–54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- Martaekadita et al. (2016). Pengelolaan Kesan Selebask (Studi Dramaturgi Pada Pengguna Ask . Fm Dari Kalangan Mahasiswa). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3954–3961.
- Maulani, N. M., & Priyambodo, A. B. (2021). Pengungkapan Diri pada Pengguna *Fake account* Twitter Dewasa Awal di Kota Malang. *Seminar Nasional Psikologi UM, April*, 318–330.
- Maulidhina, N. (2020). *Konsep Diri Alter Ego di Media Sosial (Studi Fenomenologi Konsep Diri Pengguna Fake account Ego Memposting Foto Seksi di Twitter dalam Menunjukkan Identitasnya yang Berbeda di Kota Bandung)*.
- Meier, A., & Reinecke, L. (2021). Computer-Mediated Communication, Social Media, and Mental Health: A Conceptual and Empirical Meta-Review. In *Communication Research* (Vol. 48, Issue 8). <https://doi.org/10.1177/0093650220958224>
- Mony, H. (2015). Husen Mony: Meaning, Language, dan Thought Remaja pengguna Facebook. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(01), 132–151.
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarief, M. A. D. Y., Saputra, M. R. W., & Mulyani, U. (2020). Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0 -Google Books. In *Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group)*.

- NAINGGOLAN, K. M. R. G. (2021). *Pengelolaan Kesan Pengguna Fake account-Ego Di Media Sosial Twitter*. UNIVERSITAS ATMA JAYA
- Nur Apriliani, N., Rachma Putri, Y., & Dini Salmiyah Fithrah Ali, dan. (2015). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA TWITTER @infobdg TERHADAP PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN INFORMASI. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186.
- Olofinlua, T. (2019). Twitter: social communication in the Twitter age. *Information, Communication & Society*, 22(13), 2037–2038. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1620824>
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan *Fake account*. *Interaksi Online*, 7(4), 371–376.
- Panjaitan, T. K. S., Tayo, Y., & Lubis, F. M. (2020). Fenomena Penggunaan Akun Pseudonym dalam Memenuhi Motif Identitas Pribadi pada Pengikut Autbase @karawangfess di Twitter. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 161. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.17433>
- Rahmatullah, A. S., & Azhar, M. (2023). CYBERBULLYING DAY CARE SEBAGAI PERLINDUNGAN DARI DAMPAK NEGATIF MEDIA SOSIAL. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 325–338.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12.

Sarkawi, D. (2016). Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4(2), 307–338.

Siwi, D. R., & Febriana, P. (2022). Hyperreality dan Self Disclosure Kaum Homoseksual di Twitter. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 66–80.
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.7325>

Syam, R. I., & Maryani, A. (2019). Fenomena Pseudonim di Twitter. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 357–367.

Thaher, K. R. P., Sudaryanto, E., & Rusmana, D. S. A. (2023). Studi Fenomenologi Kebebasan Berekspresi Pada *Fake account* di Media Sosial Twitter. *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI*, 1(01), 439–446.

Trevino, J. A. (2016). George C. Homans (History, Theory, and Method). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

WEBSITE

Herman. (2017). *Indonesia Masuk Lima Besar Pengguna Twitter*. Beritasatu.Com.
<https://www.beritasatu.com/archive/428591/indonesia-masuk-lima-besar-pengguna-Twitter>

Ingram, M. (2011). *Why Twitter doesn't care what your real name is*. Old.Gigaom.Com. <https://old.gigaom.com/2011/09/16/why-Twitter-doesnt-care-what-your-real-name-is/>

Musofa, D. Z. (2014). *Mengapa orang pakai nama palsu saat berkomentar di media sosial?* Merdeka.Com.<https://www.merdeka.com/teknologi/mengapa-orang-pakai-nama-palsu-saat-berkomentar-di-media-sosial.html>