

DAFTAR PUSTAKA

- Aissy, D. A. R., & Setyanto, Y. (2023). Efektivitas Line Official Account Fikom Untar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Aktif Fikom Untar. *Kiwari*, 2(1), 16–22.
- Ajhuri, K. F. (2019). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Akhmad, N. (2019). *Ensiklopedia Keragaman Budaya*. Semarang: ALPRIN.
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(1), 1–10.
- APJII. (2023). *Survei Internet Indonesia 2023 Tahap 1*.
- Apriliyanti, F., Uljanatunnisa, & Azwar. (2020). Pengaruh Terpaan Kanal Detikpemilu Detik . Com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 146–156.
- Apriyana, L., Pane, I. Z., Harahap, H., & Vardiansyah, D. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @clahayes sebagai Sarana Edukasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Diet Para Followers. *Journal of Scientific Communication*, 5(2), 122–135.
- Ardianto, E., Lukiaty, K., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara.
- Aulia, K., Wardinasahira, P., Cintani, N. L., Nisrina, N. A., & Sholihatini, E. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui Tiktok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(2), 146–155.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438–A443.
- Azwar. (2022). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme - Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237–246.
- Bestari, A. (2019). Mengenal Desainer Indonesia: Ghea Panggabean. Retrieved from Bazaar Indonesia website:

<https://harpersbazaar.co.id/articles/read/6/2019/7026/mengenal-desainer-indonesia-ghea-panggabean>

- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2019). *Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction (4 ed.)*. Los Angeles: SAGE.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 217–221.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2020). Hubungan Terpaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Promosi Pada UMKM di Kabupaten Karawang. *Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA) 2020*, 1–11.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Medan: PT. Penerbit Mitra Grup.
- Ghosh, P., & Ghosh, A. (2021). An Unusual Case of Video App Addiction Presenting As Withdrawal Psychosis. *International Journal of Recent Scientific Research*, 12(01), 40455–40457.
- Guha, B. (1978). *Documentation and Information : Services, Techniques and Systems*. World Press Private. Retrieved from <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000794720306688.bib?lang=en>
- Hadi, R., & Ritonga, M. H. (2023). Pengaruh Fashion Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Uinsu Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1014–1023.
- Hassan, H. (2019). Jackie O'; Style Notes For The Modern Bride. Retrieved from Bridals website: <https://blog.bridals.pk/bridal-style-fashion-tips/jackie-o-style-notes-for-the-modern-bride/>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- HypeAuditor. (2023). TikTok Engagement Rate @raniaayamin. Retrieved from <https://hypeauditor.com/free-tools/tiktok-engagement-calculator/>
- Jannah, A. M. (2021). *Pengaruh Tayangan Tiktok @hundji Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi pada Followers Tiktok @hundji)*.

- Kinanti, D. N., & Erza, E. K. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84.
- Kusumajati, B. S. W. (2023). *Pengaruh Konsumsi Konten Media TikTok Bella Clarissa Terhadap Perilaku Imitasi Gaya Berpakaian*.
- Laili, A. V. (2022). *Pengaruh Akun TikTok @swaragembira Terhadap Sikap Followers dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional (Studi Analisis Followers Akun TikTok @swaragembira)*.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2019). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.
- Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.
- Prajogi, M. B., Utama, L., & Verawati. (2023). Inovasi dan Pengembangan Produk Pada Usaha Pakaian Batik Milenial. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(1), 250–256.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video ‘Belanja Gak Aturan’ dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*, 7(01), 79–91.
- Putri, A. E. (2020). *Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap*

- Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo)*. 1–13.
- Rachmawati, N. F. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam Melestarikan Kain Tradisional. *Commercium*, 7(1), 179–189.
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2382–2395.
- Riandova, I. A., Basyir, M., Matin, H. M., & Ashadama, A. (2022). Hubungan Penggunaan Batik Pada Busana Pesta Terhadap Kecintaan Kepada Produk Lokal. *Jurnal Ilmu Budaya*, X(2), 147–153.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85.
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 15, 1437–1457.
- Semara, I. M. T., & Lestari, D. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Pandemi Covid-19 Terhadap Loyalitas Wisatawan Berwisata Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(2), 258–268.
- Solis, B. (2010). *Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Suleha, Y. (2019). Gaya 80-an dan 90-an akan Ramaikan Tren Fesyen 2019. Retrieved from <https://www.medcom.id/rona/keluarga/GNl2Qvgk-gaya-80-an-dan-90-an-akan-ramaikan-tren-fesyen-2019>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Tan, A. (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Columbus: Ohio Grid Publisihing.
- Trismaya, N. (2020). Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 8(2), 187–197.
- Wachid, I. N. (2021). *Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Streetwear Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- We Are Social. (2023). *We Are Social Indonesia Digital Report 2023*. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 5 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yasmin, P., & Ivanna, J. (2023). Analisis Minat Generasi Z dalam Menggunakan Batik sebagai Tren Fashion. *SUBLIM: Jurnal Pendidikan*, 02(01), 63–72.
- Yonatan, A. Z. (2023). *Platform Media Sosial dengan Waktu Penggunaan Terlama di Tahun 2023*. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/10-media-sosial-dengan-waktu-pemakaian-terlama-2023-U9VQ8>
- Yusuf, M. D. (2020). *Budaya Pop Dari Korea Dan Dampaknya Di Indonesia*.
- Yusup, P. M. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.