

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. S. (2020). Media dan Hiburan Halal: Potensi yang Belum Dimaksimalkan. In *Sef Feb Ugm*.
- Aresa, D. (2012). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Repurchase Intention. *Skripsi*.
- Chaney, D. (2002). *Key Ideas Lifestyle*. Routledge.
- Chian, Jilin, Gary Hseih, dan J. M. (2014). *Journal of Value and Social Norm*. 15–19.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Design Riset*. Pustaka Pelajar.
- Engel, J.F. Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 1*.
- Era. (2020). Ini Asal Muasal Tiktok Yang Kini Mendunia. In *Indonesian Fun Science Journal*.
<https://proceedings.sgu.ac.id/ifsj/index.php/ifsj/article/view/53>
- f Gonzalez, A. M., & Bello, L. (2002). *The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers*.
<https://johnolaghere.files.wordpress.com/2010/05/the-construct-e2809clifestylee2809d-in-market-segmentation.pdf>
- Hamid, F. (2013). Pendekatan Fenomenologi (Suatu Ranah Penelitian Kualitatif). *Penelitian Fakultas Saintek UIN Sunan Kalijogo Yogyakarta*, 1(1), 1–15.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Hendariningrum, R., & Susilo, E. M. (2008). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.
- Jensen, M. (2007). Defining lifestyle. *Environmental Sciences*, 4(2), 63–73.
<https://doi.org/10.1080/15693430701472747>
- Koesno, D, A, S. (2020). *Penyebab India blokir tiktok dan 58 aplikasi cina lainnya*. <https://tirto.id/penyebab-india-blokir-tiktok-dan-58-aplikasi-cina-lainnya-fMs7>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. Prehallindo.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Vol 6 No 1*.
- Mawardi, R. (2018). *PENELITIAN KUALITATIF PENDEKATAN FENOMENOLOGI – Dosen Perbanas*. <https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-fenomenologi/>
- Moleong, D. L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Na. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*.

Simbiosis Rekatama Media.

- Naja, S. (2018). *KRITIK SOSIAL DALAM STAND UP SHOW SPECIAL MESAKKE BANGSAKU (Analisis Isi Materi Komika Pandji Pragiwaksono dalam Stand Up Show Special Mesakke Bangsaaku Final di Jakarta)*. Stand up comedy menjadi salah satu sarana penyampaian kritik sosial yang unik, dimana stand up comedy merupakan sebuah seni komedi yang mengangkat pengamatan, keresahan, atau fenomena sosial dalam materinya dan disuguhkan kembali dengan jenaka. Berangkat d
- Nasrullah, R. (2016). Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah. *Universitas Muhammadiyah Malang, 2008*, 7–24. [http://eprints.umm.ac.id/40601/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/40601/3/BAB%20II.pdf)
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Nugraheni, P. N. . (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*.
- Nurayeni, I. (2019). *Hubungan gaya hidup pengguna instagram dengan akhlak remaja*. <http://digilib.uinsgd.ac.id/26215/>
- Play.Google. (n.d.). *Apps on Google Play*. <https://play.google.com/store/apps/details?id=kr.go.safekorea.sqsm&showAllReviews=true>
- Puspitasari, D. (2018). *PENGARUH TERPAAN VIDEO BEAUTY VLOGGER DI YOUTUBE TERHADAP PERILAKU IMITASI MAHASISWI DALAM MERIAS WAJAH (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)*. <http://eprints.umm.ac.id/40601/>
- Sholihah, H. Z. (2017). Peran Komunitas Japan Club East Borneo (JCEB) Dalam Mensosialisasikan Budaya Jepang Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 152–162.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web* (E. WK (ed.)). CV Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=J8JpLoPUHGAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam*. Penerbit Ghalia Indonesia,.
- Tanti, Y. A. S. dan W. T. (2015). *Fenomena Content Creator di Era Digital*. 438–439.
- Vani, T. (2017). PERANCANGAN KONTEN MOBILE LEARNING PENGENALAN ORGAN TUBUH HEWAN. *S2 Thesis*, 5–6.

Internet :

Cindy Mutia Annur, 21 Oktober 2020, TikTok telah di unduh sebanyak 2 miliar ,<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia> (di akses pada 10 Agustus 2021).

https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker (di akses pada 10 Agustus 2021).

Bagus Ramadhan, 13 Febuari 2020, Ini Data Pengguna Internet Seluruh Dunia Tahun 2020, <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476> (di akses pada 10 Agustus 2021).

Bagus Ramadhan, Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020 <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19> (di akses pada 10 Agustus 2021).

<https://wearesocial.com/digital-2020> (di akses pada 10 Agustus 2021).

<https://andi.link/data-statistik-digital-dan-pengguna-internet-di-dunia-tahun-2019-kuartal-kedua-q2/> (di akses pada 10 Agustus 2021) .

[https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Hootsuite%20\(We%20are%20Social\)%20secara,pada%20bulan%20kedua%20setiap%20tahunnya](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Hootsuite%20(We%20are%20Social)%20secara,pada%20bulan%20kedua%20setiap%20tahunnya). (di akses pada 10 Agustus 2021).

<https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/full> (di akses pada 10 Agustus 2021).

Intan Rakhmayanti, 11 Febuari 2020, Pengguna Tiktok di Indonesia di Dominasi Generasi Z dan Y, <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y> (di akses pada 10 Agustus 2021).