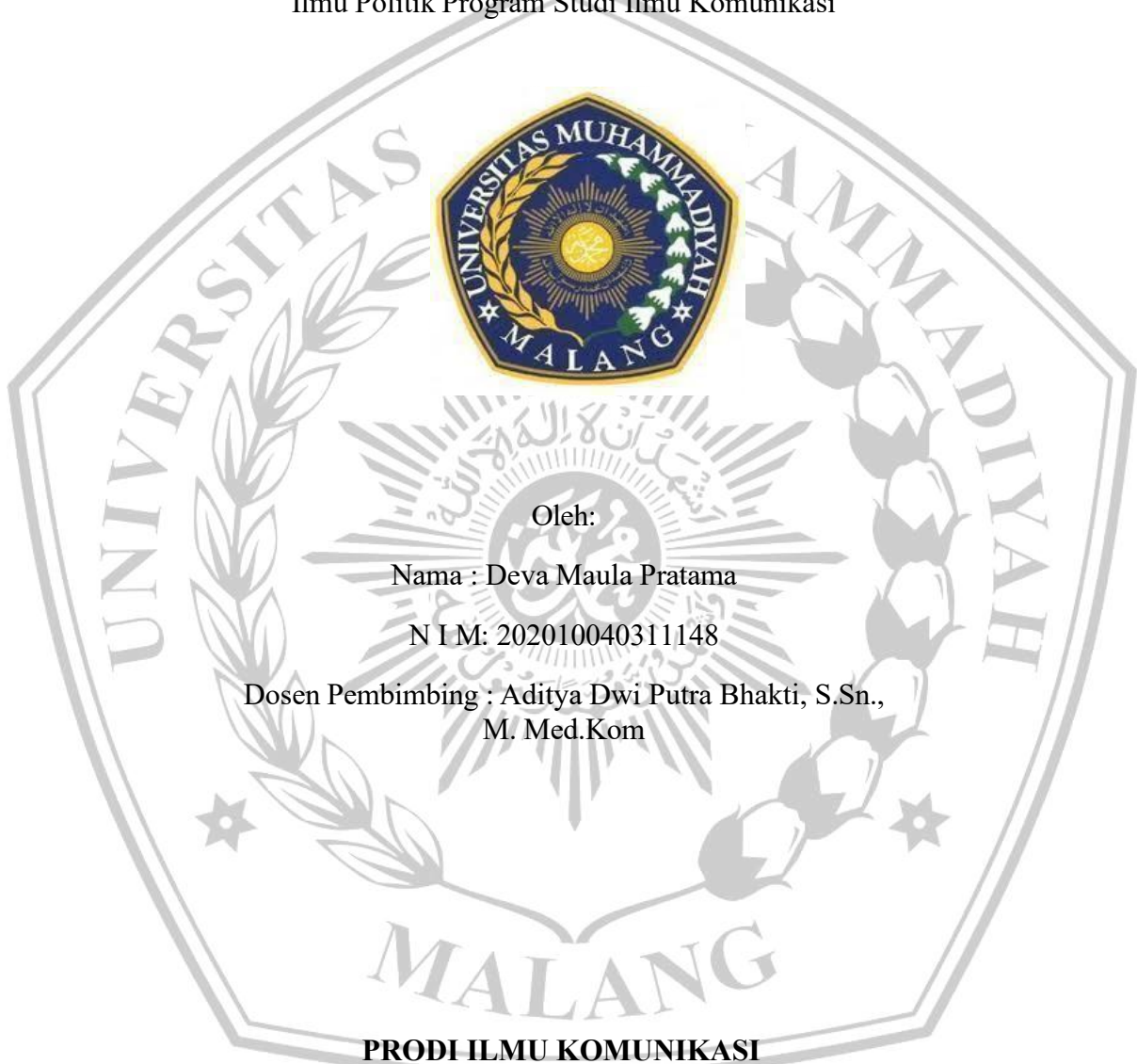


202010040311148
Deva Maula Pratama
Prodi Ilmu Komunikasi

**Resepsi Gen Z Pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma
(Studi pada Universitas Muhammadiyah Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Nama : Deva Maula Pratama

N I M: 202010040311148

Dosen Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn.,
M. Med.Kom

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Resepsi Gen Z Pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma
(Studi pada Universitas Muhammadiyah Malang)

Diajukan Oleh :

DEVA MAULA PRATAMA

202010040311148

Telah disetujui
Rabu / 10 Juni 2026

Pembimbing I



Aditya Dwi Putra Bakti, M.Med.,Kom

Wakil Dekan I



Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

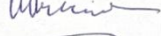


SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Deva Maula Pratama
202010040311148

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 10 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Rahadi, S.Sos., M.Si** ()
2. **Dr. Nurudin, S.Sos., M.Si** ()
3. **Aditya Dwi Putra Bakti, M.Med.,Kom** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(I)/(2026)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Deva Maula Pratama
No. Induk Mahasiswa : 202010040311148
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Konten
OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 12 Januari 2026

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn.,
M.Med.kom



Kampus I
Jl. Bembung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No. 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 082

Kampus III
Jl. Raya Togosno No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(I)/(2026)

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Deva Maula Pratama
NIM : 202010040311148
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester ganjil (11) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 Januari 2026
Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 252 (Harding)
F: +62 341 450 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutomo No 198 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Harding)
F: +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Harding)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Deva Maula Pratama
NIM : 202010040311148
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang

Disetujui,
Pembimbing

(Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.kom)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styow Wibowo, M.Si



Kampus 1
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Darmasari Sukesi No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 083

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. wibmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada
Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang
Oleh:

Nama : Deva Maula Pratama

NIM : 202010040311148

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 12 Januari 2026

Pembimbing I/Promotor

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.kom

NIP. 190918081988



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 469 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Deva Pratama
NIM : 2020 - 148

Hasil Plagiasi : 25/2 5/3

BAB I	32	12		
BAB II	15			
BAB III	13			

BAB IV	0			
BAB V	1			
BAB VI	5			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Malang, 17 Oktober 2026
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Deva Maula Pratama
2. NIM : 202010040311148
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
5. Judul Penelitian : Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.M ed.Ko
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
20/9/24	Kelas bimbingan peratama seminar proposal	
25/10/24	Acc judul penelitian "Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang"	
2/10/24	Konsultasi Bab I, II, III	
13/12/24	Acc Untuk melakukan penelitian	
3/2/25	Konsultasi Bab IV, V	
20/5/25	Konsultasi Bab VI	
13/6/25	Acc Untuk Seminar Hasil	
19/6/25	Seminar Hasil	

Malang, 12 Januari 2026

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.M ed.Kom



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 233 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 5 Januari 2026
Pukul 19.00 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Deva Maula Pratama
NIM	202010040311148
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Analisis Resepsi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma di Universitas Muhammadiyah Malang
Pembimbing	Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom
Dosen Penguji 1	Rahadi, M.SI

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 17 Mahasiswa
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Malang, 8 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.kom

Rahadi, M.SI

Mengetahui,
Kaprosdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi.

Novin Farid Setyo Wibowo, S.sos., M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bandungan Sulani No.188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No.248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No	Nama	Nim	Instansi	Program Studi
1	Ilham Manzis Sanzani	202010040311147	Universitas Muhammadiyah Malang	ilkom
2	Intan yudhis lestari	202110040311500	Universitas Muhammadiyah Malang	ilmu komunikasi
3	Berliana Fika	202210430311031	Universitas Muhammadiyah Malang	PGSD
4	Sita N.H	202110160311297	Universitas Muhammadiyah Malang	manajemen
5	Intan Damayanti	202110040311518	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
6	Kevin Benrivoza	2402011018	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Manajemen Sumber Daya Manusia
7	Ainur Rozzi Anwar	202010340311259	Universitas Muhammadiyah Malang	Teknik Sipil
8	Reta Indira	202110230311128	Universitas Muhammadiyah Malang	Psikologi
9	Nabila Elisianing Tyas	202110340311090	Universitas Muhammadiyah Malang	Teknik Sipil
10	Revanisa Frisqilia Agatha	202110040311455	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
11	Maulana ardiansyah	202110160311046	Universitas Muhammadiyah Malang	Manajemen
12	Yeni Mariah Ulfa	202110040311446	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No. 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 316 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



13	Prameysa Ade Yesanti	202110230311532	Universitas Muhammadiyah Malang	Psikologi
14	Shane Putra	2041320128	Politeknik Negeri Malang	MRK
15	Dimas Bahtiar	202110360311022	Universitas Muhammadiyah Malang	Hubungan Internasional
16	Rizal	202110040311505	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
17	Ushulyah Dirmanto	202110040311539	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Topomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Deva Maula Pratama. NIM 202010040311148. Analisis Resepsi Perilaku Konsumtif pada Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma (Studi pada Gen Z di Universitas Muhammadiyah Malang). Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2026

Penelitian ini mengkaji fenomena perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z melalui analisis resepsi terhadap konten *Outfit of the Day* (OOTD) pada akun TikTok @dot.koma. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi mahasiswa Generasi Z di Universitas Muhammadiyah Malang terhadap pesan-pesan yang disampaikan dalam konten OOTD tersebut dan bagaimana hal itu berkorelasi dengan gaya hidup konsumtif mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Analisis Resepsi Stuart Hall (*Encoding-Decoding*) dan teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan mahasiswa laki-laki Universitas Muhammadiyah Malang dengan rentang usia 21–24 tahun. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan kredibilitas hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga pola penerimaan audiens terhadap konten OOTD @dot.koma. Pertama, *Dominant-Hegemonic Reading*, di mana audiens mengonsumsi konten dan mengikuti tren secara penuh sebagai simbol status. Kedua, *Negotiated Reading*, di mana audiens mengikuti tren namun tetap menyesuainya dengan batasan finansial dan nilai pribadi. Ketiga, *Oppositional Reading*, di mana audiens menolak standar sosial yang ditawarkan dan lebih memilih mengekspresikan gaya pribadi di luar tren viral. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten OOTD di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai referensi gaya, tetapi juga sebagai sistem tanda yang mengonstruksi identitas sosial, di mana perilaku konsumtif terjadi akibat upaya audiens dalam mengisi "kehampaan eksistensial" melalui konsumsi simbol-simbol kekinian.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Generasi Z, Perilaku Konsumtif, TikTok, OOTD, Stuart Hall.

Dosen Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Malang, 12 Maret 2026

Peneliti



Deva Maula Pratama

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Resepsi Gen Z Terhadap Konten OOTD Akun Tiktok @dot.koma (Studi pada Universitas Muhammadiyah Malang)” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak sekali dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang membuat penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, serta kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Orang tua tercinta, khususnya kepada Andi Risa Nur Agustini yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti kepada penulis dalam setiap proses yang dilalui.
3. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar, santai, dan konsisten dalam memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada diri saya sendiri, Deva Maula Pratama, yang telah berusaha bertahan, melawan rasa malas, menghadapi kebingungan, dan tetap memilih untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai hingga sampai di titik ini.
5. Teman-teman terdekat dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih karena telah selalu mendukung, menemani, mengingatkan, dan “nge-push” penulis, terutama di saat-saat penulis merasa malas, stuck, dan ingin menyerah, hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depannya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi dalam kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam analisis resepsi dan fenomena perilaku konsumtif di media sosial.

Malang, 12 Maret 2026

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Komunikasi Massa	12
2.2 Teori Analisis Resepsi Stuart Hall	13
2.3 Perilaku Konsumtif	15
2.4 Gen Z dan Media Sosial	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.2 Tipe/ jenis dan dasar penelitian.	23
3.3 Tempat dan waktu penelitian	25
3.4 Sumber Data	25
3.5 Ruang Lingkup dan Objek Penelitian	27
3.6 Teknik pengumpulan data	27

3.7 Teknik analisis data	31
3.8 Keabsahan Data/ Triangulasi Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK.....	34
4.1 Profil subjek.....	34
4.2 Profil objek.....	36
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
5.1 Hasil Penelitian	47
5.2 Pembahasan	72
BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83
Pra Survey.....	83
Draft Pertanyaan.....	84
Hasil Wawancara.....	85



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Ayu Armaya, A. S. Y. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Komunitas Virtual*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10393672>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, D. A. (n.d.). *KHALAYAK MEDIA SOSIAL: ANALISIS RESEPSI STUART HALL PADA KESEHATAN SEKSUAL ORANG MUDA SOCIAL MEDIA AUDIENCES: A RECEPTION ANALYSIS of STUART HALL ON YOUTH SEXUAL HEALTH*. Retrieved <https://id.linkedin.com/company/tabu-id>
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*.
- Cegarra-Navarro, J.-G., Martínez-Martínez, A., Cegarra-Sánchez, J., & Muñoz Faus, J. (2025). Using sustainable enclotted cognition and envisioning sustainable learning to enhance relational capital in the fashion industry. *Journal of Intellectual Capital*, 26(3), 716–737. <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2024-0300>
- Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Efendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Remadja Karya.
- Elkatmış, M. (2024a). Examination of social media usage habits of generation Z. *Frontiers in Psychology*, 15, 1370823. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1370823>
- Elkatmış, M. (2024b). Examination of social media usage habits of generation Z. *Frontiers in Psychology*, 15, 1370823. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1370823>
- Firdaus, Z., Nadyarta, S. A., Atqo, M. H., Ardianti, S. D., & Fajrie, N. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa PGSD Universitas Muria Kudus. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN, BAHASA, SASTRA, SENI, DAN BUDAYA*, 2(2), 70–79. <https://doi.org/10.55606/mateandrau.v2i2.1408>
- Gunawan, I. A. N., . S., & Shalahuddin, I. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Gangguan Psikososial Pada Remaja: A Narrative Review. *Jurnal Kesehatan*, 15(1), 78–92. <https://doi.org/10.23917/jk.v15i1.17426>
- Hall, S. (1980). *Encoding, Decoding*.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Humaira Kamilah, O. :, & Sari, S. (2020). FENOMENA GAYA HIDUP ALA SELEBGRAM PADA MAHASISWA DI INSTAGRAM. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 7, Number 2).
- Humaira, B. K., & Arviani, H. (2024). PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PEREMPUAN DI KOTA SURABAYA PENGGUNA KONTEN TIKTOK #OUTFITIDEAS. *JULI*, (2), 2024.
- Jong, W. (2025). Beyond the snapshot: Rethinking crisis communication theories in dynamic crisis situations. *Public Relations Review*, 51(3), 102586. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102586>
- Josephs. (2022). Cross-cultural communication in the digital era. *International Journal of Communication*, 16(1). <https://doi.org/10.5050/ijoc.v16.1717>
- Mannheim, K. (n.d.). *THE PROBLEM OF GENERATIONS I. HOW THE PROBLEM STANDS AT THE MOMENT A. THE POSITIVIST FORMULATION OF THE PROBLEM*.
- Miles, M., Huberman, A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*.
- Nabil, A., Wirawan, M. A., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS. *IKOMIK: Jurnal Ilmu*

- Komunikasi Dan Informasi*, 4(1), 38–43. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v4i1.8310>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nathania, Y., & Amalia, D. (2023). *Analisis Penerimaan Generasi Z terhadap Gaya Hidup Hedonisme dalam Konten “How Much I Spend In A Day” pada Akun TikTok @Skincareans*. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Nugroho, P. (2024). PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO #OOTD DI TIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS RIAU 1* ARTICLE INFO. *COMMUNICATIONS*, 6(1), 45–62. www.TikTok.com
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021a). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021b). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*.
- Rachmawati, I. N. (2007). *PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF: WAWANCARA*.
- Ramdani, B., Fitria, A., & Munadhil, M. A. (2023). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z*. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.260>
- Salsabila, M. (2023). *KONTEN “RACUN” PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PENDORONG PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DALAM BELANJA ONLINE (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2). <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (n.d.). ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). Retrieved <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Simbolon, D. (2012). Memahami komunikasi dalam adat istiadat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.24002/jik.v9i1.4141>
- Sinaga, S. C., & Mailin, M. (2023a). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup dan Pola Pikir Masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3426. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2744>
- Sinaga, S. C., & Mailin, M. (2023b). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup dan Pola Pikir Masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3426. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2744>
- Siregar, A. D., & Nursapia, H. (2024). Pengaruh Konten Fashion pada Akun Media Sosial Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Pengguna Tik Tok dan Instagram. *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Sosial*, 5(5), 1–18. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1942>
- Suparto, D., & Aisyah, A. (2024). *Komunikasi Pemasaran Digital: Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Belajar Dari Berbagai Platform*. Cendekia.
- TIRIS SUDRARTONO. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan

- Produk Fashion Umk. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.40>
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). *FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman) PHENOMENON OF USE PHOTO'S OF THE DAY OUTFIT IN INSTGRAM SELF AS A MEDIA PRESENTATION (Study of Communication In approach Dramaturgy Erving Goffman)* (Vol. 2, Number 1).
- Widiyanarti. (2024). Algoritma media sosial dan polarisasi. *Jurnal Algoritma dan Sosial*, 6(1). <https://doi.org/10.8899/jas.v6i1.4949>
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* (H. Wijaya, Ed.). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

