

PROPOSAL SKRIPSI

HIPERREALITAS *FASHION* TIKTOK

(Studi pada Mahasiswa FISIP di Universitas Muhammadiyah Malang)

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S-1) Sosiologi (S.Sos)



Oleh:

Happy Dimas Pangestu

201810310311041

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Muhammad Hayat, MA
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

HIPERREALITAS FASHION TIKTOK
(Studi pada Mahasiswa FISIP di Universitas Muhammadiyah Malang)

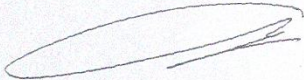
Diajukan Oleh :

HAPPY DIMAS PANGESTU

201810310311041

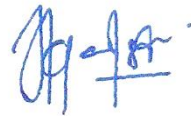
Telah disetujui
Pada Hari Jumat, 20 Juni 2025

Pembimbing 1,



Dr. Muhammad Hayat, MA

Pembimbing 2,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Wakil Dekan FISIP,



Najamuddin Khairur Rijal, S.I.P., M.Hub.Int

Ketua Program Studi Sosiologi,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HAPPY DIMAS PANGESTU

201810310311041

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Sosiologi
Pada Hari Jumat, 20 Juni 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Muhammad Hayat, MA** (.....)
2. **Luluk Dwi Kumalasari, M.Si** (.....)
3. **Moch. Aan Sugiharto, M. Sosio** (.....)
4. **Abdus Salam, M.si** (.....)

Mengetahui
Wakil Dekan I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

















Najamuddin Khairul Rijal, S.L.P., M.Hub.Int

BERITA ACARA BIMBINGANG SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

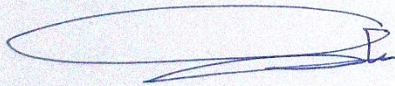
Nama : Happy Dimas Pangestu
NIM : 201810310311041
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : HIPERREALITAS FASHION TIKTOK (Studi pada Mahasiswa FISIP di Universitas Muhammadiyah Malang)
Pembimbing : 1. Dr. Muhammad Hayat, MA
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Konsultasi Skripsi :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing 1	Paraf Pembimbing 2
16/03/2025	ACC Proposal Skripsi		
19/03/2025	Seminar Proposal Skripsi		
10/03/2025	ACC BAB I		
14/03/2025	ACC BAB II		
22/04/2025	ACC BAB III		
27/05/2025	ACC BAB IV		
13/06/2025	ACC BAB V		

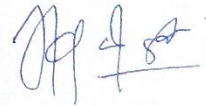
Malang, 15 Juni 2025

Menyetujui,
Pembimbing 1,



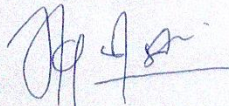
(Dr. Muhammad Hayat, MA)

Pembimbing 2,



(Luluk Dwi Kumalasari, M.Si)

Ketua Program Studi,



(Luluk Dwi Kumalasari, M.Si)

SURAT PERNYATAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

fisip.umm.ac.id | fisip@umm.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Happy Dimas Pangestu
NIM : 201810310311041
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
HIPERREALITAS FASHION TIKTOK. (Studi pada Mahasiswa FISIP di Universitas Muhammadiyah Malang) adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Happy Dimas Pangestu



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. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 562 000

Kampus III

Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 135
E. webmaster@umm.ac.id

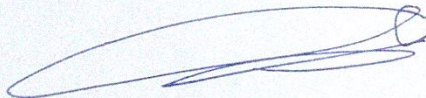
ABSTRAK

Happy Dimas Pangestu, 201810310311041, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Sosiologi, Hiperealitas *fashion* Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fisip Di Universitas Muhammadiyah Malang), 1) Dr. Muhammad Hayat, MA 2) Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Fenomena hiperealitas *fashion* di TikTok sangat berpengaruh dalam membentuk gaya berpakaian dan identitas *fashion* digital di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Studi ini mengeksplorasi bagaimana konten *fashion* di TikTok memediasi persepsi dan praktik berpakaian mahasiswa, yang berdampak pada perilaku konsumtif serta konstruksi identitas yang semakin dipengaruhi oleh media sosial. Dengan pendekatan kualitatif fenomenologis, ditemukan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga kreator konten aktif dalam mereproduksi tren *fashion* digital. Algoritma personal TikTok dan fitur interaktif mendorong internalisasi hiperealitas *fashion*, di mana batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Temuan ini mengungkap dinamika konsumsi dan produksi *fashion* digital yang membentuk citra diri dan pola konsumsi mahasiswa di era media sosial.

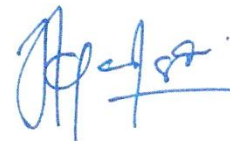
Kata Kunci: hiperealitas *fashion*, TikTok, mahasiswa.

Dosen Pembimbing 1



Dr. Muhammad Hayat, MA

Dosen Pembimbing 2



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

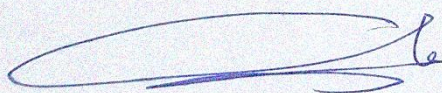
ABSTRACT

Happy Dimas Pangestu, 201810310311041, Faculty of Social and Political Sciences, Sociology Study Program, The Hyperreality of TikTok fashion (A Study on Students of the Faculty of Social and Political Sciences at Universitas Muhammadiyah Malang), 1) Dr. Muhammad Hayat, MA 2) Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

The phenomenon of fashion hyperreality on TikTok strongly influences clothing style and digital fashion identity among students of the Faculty of Social and Political Sciences at Universitas Muhammadiyah Malang. This study explores how TikTok fashion content mediates students' perceptions and clothing practices, impacting consumer behavior and identity construction shaped by social media. Using a qualitative phenomenological approach, it finds that students are not only passive consumers but also active content creators reproducing digital fashion trends. TikTok's personalized algorithm and interactive features promote the internalization of fashion hyperreality, blurring the line between reality and representation. The findings reveal dynamic consumption and production of digital fashion shaping students' self-image and consumption patterns in the social media era.

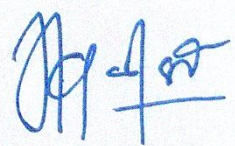
Keywords: *fashion hyperreality, TikTok, student.*

Advisor 1



Dr. Muhammad Hayat, MA

Advisor 2



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SOSIOLOGI

sosiologi.umm.ac.id | sosiologi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/049/Sosiologi/FISIP-UMM/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Happy Dimas Pangestu
NIM : 201810310311041
Judul : HIPPERALITAS FASHION TIKTOK (Studi pada Mahasiswa FISIP di Universitas Muhammadiyah Malang)
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Muhammad Hayat, MA
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:

	BAB I	BAB II	BAB III	BAB IV	BAB V
Similarity*)	14	5	12	1	2

*) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.

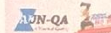
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.



Malang, 22 Agustus 2025

Hormat Kami,

Luluk Dwi Kumalasari, M.Si
Ket. Prodi. Sosiologi



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 484 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih karunia, rahmat, dan kenikmatan-Nya sehingga penulis dapat memiliki kesempatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Dengan sederhana dan penuh kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang dan jajarannya. Terima kasih atas kepemimpinan dan kebijakan yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan dan menyelesaikan studi dengan baik.
2. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dan jajarannya. Terima kasih atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama masa perkuliahan penulis.
3. Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Terima kasih atas dukungan dan pelayanan akademik yang mendukung kelancaran studi penulis.
4. Ibu Luluk Dwi Kumalasari, M.Si., selaku Ketua Program Studi Sosiologi sekaligus dosen pembimbing. Terima kasih atas kesabaran, kepercayaan, perhatian, serta bimbingan yang Ibu berikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Muhammad Hayat, MA., selaku dosen wali dan dosen pembimbing. Terima kasih atas dukungan, bimbingan, kesabaran yang luar biasa, serta ilmu dan semangat yang selalu Bapak curahkan kepada penulis.
6. Bapak Ponidi, ayah tercinta, dan Ibu Sulastri, ibu tercinta. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, dan semua pengorbanan yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu. Karena semua yang kalian curahkan, penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab ini.
7. Bapak Ali, staf Tata Usaha Sosiologi. Terima kasih atas bantuan dan keramahan Bapak dalam membantu proses administrasi dan kebutuhan akademik penulis.
8. Seluruh jajaran pejabat struktural, dosen, staf, dan masyarakat Universitas Muhammadiyah Malang, khususnya Program Studi Sosiologi. Terima kasih atas ilmu, motivasi, lingkungan, dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis.
9. Seluruh keluarga besar penulis atas doa dan dukungan yang tidak pernah putus, sehingga penulis dapat menjalani proses ini dengan lebih kuat.
10. Firman, Acid, Sasa, Cintya, dan seluruh teman-teman seperjuangan. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan semangat yang selalu menular selama perjalanan panjang ini.
11. Semua narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi kepada penulis, sehingga penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Irene Christina, *my partner in crime*. Terima kasih atas segala usaha, ketulusan, dan canda tawa yang selalu *men-support* penulis dalam

menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengingatkan untuk lebih praktikal dalam banyak hal, sehingga penulis tidak larut dalam kekhawatiran yang tidak perlu.

13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas setiap kontribusi, dukungan, dan doa yang telah diberikan kepada penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, 19 Juni 2025



Happy Dimas Pangestu



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA BIMBINGANG SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Definis Konsep	10
1.5.1 Hiperealitas.....	10
1.5.2 <i>fashion</i>	10
1.5.3 TikTok.....	10

1.5.4	Mahasiswa.....	10
1.6	Metode Penelitian	10
1.6.1	Pendekatan Penelitian.....	10
1.6.2	Jenis Penelitian	12
1.6.3	Lokasi Penelitian	13
1.6.4	Teknik Penentuan Subjek.....	14
1.6.5	Sumber Data.....	15
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data	17
1.6.7	Teknik analisis Data	18
1.6.8	Validitas Data.....	20
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA		23
2.1	Penelitian Terdahulu.....	23
2.2	Tinjauan Pustaka.....	38
2.2.1	TikTok sebagai Media Sosial dan Perkembangannya	38
2.2.2	Fitur-Fitur dalam Tiktok	40
2.2.3	TikTok dalam Konteks <i>fashion</i> dan Perilaku Konsumtif.....	45
2.2.4	Teori Hiperealitas Jean Baudrillard dalam Media Sosial TikTok.....	47
2.3	Landasan Teori.....	49
2.3.1	Teori Hiperealitas dalam Pemikiran Jean Baudrillard	49
2.3.2	Hiperealitas dalam Media Sosial	50
2.3.3	Implikasi Hiperealitas dalam Media Sosial	52

3.2.4	Hedonisme dan Konsumerisme dalam Budaya <i>Fashion Digital</i>	53
BAB 3	DESKRIPSI WILAYAH	55
1.1	Gambaran Umum Kota Malang	55
3.2	Perkembangan Kota Pendidikan di Malang	57
3.2.1	Daftar Universitas di Kota Malang	58
3.3	Malang sebagai Kota Gaya Hidup	59
3.3.1	Kampus sebagai Ruang Gaya Hidup	60
3.4	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)	61
3.4.1	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) sebagai Lingkungan Akademik dan Sosial Mahasiswa	63
3.5	Fakultas Ilmu Politik dan Sosial Universitas Muhammadiyah Malang	66
BAB 4	PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	69
4.1	Penyajian Data	69
4.1.1	Deskripsi Subjek Penelitian	71
4.1.2	Identitas Subjek Penelitian	74
4.2	Profil Subjek Penelitian	78
4.3	Analisa Data	89
4.3.1	Tiktok sebagai Realitas Termediasi	89
4.3.2	Transformasi Realitas: Simulasi, Simulakra, dan Simulakrum dalam Konteks <i>fashion</i> TikTok	93
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan	106

5.2 **Saran**.....107

DAFTAR PUSTAKA..... 108



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu23

Tabel 4.1.2 Identitas Subjek Penelitian.....75



DAFTAR GAMBAR


Gambar 2.1 <i>Flowchart</i> Gap Penelitian Hiperealitas <i>fashion</i> TikTok pada Mahasiswa.....	37
Gambar 2.2 <i>Screenshot</i> FYP	40
Gambar 2.3 <i>Screenshot Effect</i> dan <i>Filter</i>	41
Gambar 2.4 <i>Screenshot Sounds</i> dan <i>Music Library</i>	42
Gambar 2.5. Foto <i>Duet</i> dan <i>Stitch</i>	42
Gambar 2.6. Foto <i>Hastag</i>	43
Gambar 2.7. Foto <i>Livestream</i>	44
Gambar 2.8. Foto <i>Bookmark</i>	44
Gambar 2.9 Foto <i>Profile</i> dan <i>Bio</i>	45
Gambar 3.1 Peta Kota Malang 2021.....	55
Gambar 4.1 <i>Screenshot</i> Akun A.N.....	78
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> Akun D.N.....	80
Gambar 4.3 <i>Screenshot</i> Akun Y.Z.....	82
Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> Akun E.M.....	84
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> Akun A.D.....	86
Gambar 4.6 Proses Hiperealitas	93

DAFTAR PUSTAKA

1. Alter, A. (2022). *Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked*. Penguin Books.
2. Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2016). *Kota Malang dalam Angka 2016*. <https://malangkota.go.id/wp-content/uploads/2017/06/Kota-Malang-Dalam-Angka-2016.pdf>
3. Baudrillard, J. (2022). *Simulacra and Simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press. (Karya asli diterbitkan 1981)
4. Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
5. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
6. 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(2), 113–122. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/329>
7. DataIndonesia.id. (2024). Pengaruh TikTok terhadap Perilaku Konsumsi Pengguna di Indonesia. <https://dataindonesia.id/tiktok-pengaruh-perilaku-konsumsi>
8. Demand Sage. (2025, May 7). TikTok User Statistics (2025): Users, Growth & Demographics. Demand Sage. <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>

9. Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
10. Digital Marketing Institute. (2021). Top 10 *social* media statistics every marketer should know. <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/top-10-social-media-statistics-every-marketer-should-know>
11. Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and *purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
12. Febriana, P. (2025). Hiperrealitas *social* media dan perilaku konsumtif mahasiswa urban kampus pendidikan. *Paradigma*, 13(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/65326>
13. Febriana, R. (2025). Pengaruh Visual *fashion* di TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perkotaan. *Jurnal Komunikasi Visual*, 8(1), 88–99.
14. Garuda Website. (2024, Februari 15). Data Pengguna TikTok di Indonesia 2024: Update Terbaru. <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-tiktok-di-indonesia-2024/>
15. Hadisaputra, D., Sari, A., & Putra, M. (2025). TikTok *Shop* dan Identitas Konsumtif Mahasiswa: Perspektif Hiperrealitas Baudrillard. *Jurnal Media dan Budaya Populer*, 12(1), 55–72.
16. 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>

17. Hidayanti, N., Hidayah, S. F., Al-Hakim, I., & Khairum Nisa, F. (2022). Pengaruh TikTokShop sebagai media online *shopping* terhadap perilaku konsumtif remaja. *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 3(2), 198–206. <https://jom.untidar.ac.id/index.php/mozaik/article/view/2235>
18. Huang, Y., & Zhao, L. (2023). *Social media addiction and its psychological impact: A study on TikTok*. *Journal of Digital Behavior*, 18(2), 45–60.
19. Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2023). Identitas diri pada media sosial (Konstruksi sosial dan potensi rumor pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Sosial*, 14(3), 88–101. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6411>
20. Malang Posco Media. (2023, Mei 15). Menyiapkan Malang sebagai kota destinasi pendidikan. <https://malangposcomedia.id/menyiapkan-malang-sebagai-kota-destinasi-pendidikan/>
21. Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
22. Marwick, A. E. (2015). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.
23. Merrin, W. (2023). *Hyperreality and media: A contemporary analysis*. *Media Theory Review*, 5(1), 75–89.
24. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
25. Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.

- 
26. Rahmawati, E., & Santosa, D. (2020). Media sosial dan pembentukan identitas sosial remaja di era digital. *Jurnal Psikologi Masyarakat*, 8(1), 44–56.
27. Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
28. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
29. Wang, F. (2023). Consumer behavior and digital simulation: TikTok's influence. *Journal of Consumer Culture*, 14(4), 399–417.
30. Yusna, D., Hartati, S., & Prasetyo, F. (2024). Pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 15(1), 34–47.
31. Zhang, Y., & Liu, X. (2022). Algorithmic personalization on TikTok and user engagement. *International Journal of Social Media Studies*, 7(2), 101–115.