# DAFTAR PUSTAKA

**Sumber Buku:**

Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.

Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Bumi Aksara.

Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Creswell, J. (2013). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed)* (Edisi Revi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung:Alfabeta.

Effendy Onong Uchajana. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Gunarsa, S. D, & Gunarsa, Y. S. D. (2001). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.

Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Pers.

Littlejohn, S. W. & K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Humanika.

Marshall. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke). Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Mulyana Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Ritzer, G. & B. S. (2011). *Handbook Teori Sosial*. Jakarta: Penerbit Nusa Media.

Robbins, Stephen P. & A. Judge, T. (2011). *Organizational behavior* (Fourteenth). New Jersey: Pearson Education, Inc.

Rusman., Kurniawan, D., Riyana, C. (2012). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi; Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Siswoyo. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

**Sumber Jurnal:**

Alvita, & Anindhita, W. (2018). Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, *6*(1), 1–10.

Amelia Rugun Sirait. (2022). Subjektivitas Imperfek: Perempuan dalam “Second Account” di Instagram\*. *Lembaran Antropologi*, *1*(1), 1–19.

Arifuddin dan Irwansyah. (2019). Dari foto dan video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, *3*(1), 38.

Arofah, T. (2020). IMPRESSION MANANGEMENT BEAUTY INFLU-ENCER DI MEDIA SOSIAL INS-TAGRAM. *Commercium*, *02*(02), 103 – 107.

Dewar, S.S, I, E. . . dan N. S. (2019). Finsta: Creating “Fake” Spaces for Subjektivitas Imperfek 19 Authentic Performance. *Conference: Extended Abstracts of the 2019 CHI Conference.* https://doi.org/10.1145/3290607.3313033.

Dewi, R., Janitra, P. A., Ilmu, F., & Universitas, K. (n.d.). *DRAMATURGI DALAM MEDIA SOSIAL :*

Ismail, O. A., & Haryati, R. S. (n.d.). *Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop di Kota Bandung ( Studi Dramaturgi Mengenai Perilaku Komunikasi Army di Kota Bandung Sebagai Penggemar Boygroup BTS )*.

Kang, J. dan Wei, L. (2018). Let Me Be at My Funniest: ‘Instagram Users’ Motivations for Using Finsta (a.k.a., Dake Instagram). *The Social Science Journal*, *57*(1), 58–71. https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.005.

Meilinda Tiara Ardiesty, Weni A. Arindawati, L. N. (2022). MOTIF DAN MAKNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM BAGI MAHASISWA DI KOTA KARAWANG1. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *9*(8), 3118–3126.

Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram Di Akun Utama Dan Akun Alter. *Interaksi Online*, *7(4)*, 371–376. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24960

Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *18*(3), 312. https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919

Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Communication*, *8*(1), 51. https://doi.org/doi:10.36080/comm.v8i1.651

Rahma Hidayati, Festy, and I. (2021). Privasi ‘Pertemanan’ Remaja Di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *3*(1), 78–91. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186

Ross, S. (2019). Being Real on Fake Instagram: Likes, Images, and Media Ideologies of Value. *Journal of Linguistic Anthropology*, *29*(3), 359–374.

Sakti, B. C., Yulianto, M., Komunikasi, J. I., & Index, G. (2013). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN*. 1–12.

Shinta, A., & Putri, K. Y. . (2022). Penggunaan Multiple Account Media Social Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(2), 188–205.

Tiara, G. (2021). DRAMATURGI PENGELOLAAN KESAN KONTEN KREATOR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal AKRAB JUARA*, *6*(3), 14–24.

**Sumber Skripsi:**

Hartaji, D. A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Universitas Gunadarma.

**Sumber Internet:**

Annur, C. M. (2022). *Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global(Oktober2022)*.https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022

Karnadi, A. (2022). *Sederet Alasan Orang Indonesia Menggunakan Media Sosial*. Dataindosia.Id. https://dataindonesia.id/digital/detail/sederet-alasan-orang-indonesia-menggunakan-media-sosial

Rizaty, M. A. (2022). *Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober2022*.Dataindosia.Id. https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022