

DAFTAR PUSTAKA

- Adipura, A. B., Soraya, I., & Ariska, Y. (2025). Representasi Diri Mahasiswa UBSI Jurusan Public Relation Melalui Gaya Berpakaian Resmi Sebagai Bentuk Identitas Profesional Di Lingkungan Universitas. *Media Komunikasi Efektif*, 2(1), 1-6.
- Ahmadi, D. (2005). *Interaksi Simbolik : Suatu Pengantar*. 56.
- Amorza, V., & Ramadansyah, D. (2024). Simbol Artifaktual dan Manajemen Kesan: Analisis Aksesori Pakaian sebagai Penanda Identitas Mahasiswa di Lingkungan Kampus. *Jurnal Ilmu Komunikasi Kontemporer*, 8(2), 115-130.
- Arif, M., & Tavip, B. (2016). Desain Aksesoris Fashion Wanita Urban Dengan Eksplorasi Material Kaca. 5(2).
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Asih, I. D. (2014). Fenomenologi Husserl: Sebuah Cara “Kembali ke Fenomena”. *Jurnal Filsafat*, 24(1), 75–94.
- Aulia, N. (2024). *Pemaknaan Fashion Thrift Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare)*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Parepare).
- Beauty Journal*. (2024, Maret 22). Bag Charm, Aksesori Tas yang Lagi Viral dan Produk Lokal Rekomendasinya. Diakses dari

<https://www.beautyjournal.id/article/bag-charm-aksesori-tas-yang-lagi-viral-dan-produk-lokal-rekomendasinya>

- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi Kelima, Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharma, A., & Lestari, P. (2017). *Manajemen Kesan dan Dinamika Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: Penerbit Nusa Bangsa.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Harahap, A. (2016). Dampak Pola Komunikasi Disfungsional Keluarga terhadap Ketahanan Emosional Remaja. *Jurnal Psikologi Klinis Indonesia*, 5(3), 110-120.
- Hasanah, A., & Pratiwi, D. (2022). Konstruksi Identitas Curated: Studi Fenomenologi Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(2), 110-125.
- Hidayat, A. (2021). Tantangan Komunikasi di Era Digital: Penyebaran Informasi Palsu dan Literasi Media. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 25(3), 210-225.
- Joko, A., & Purnamasari, D. (2024). Analisis Gaya Resolusi Konflik Kolaboratif dalam Peningkatan Kualitas Komunikasi Pasangan Menikah. *Psikologi Relasional*, 5(1), 5-20.

- Julianti, R., & Ritonga, M. (2025). Pembentukan Identitas Dan Representasi Diri Melalui Gaya Hidup "Fun And Fashion" Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Uin Raden Fatah Palembang. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 2868-2874.
- Kompasiana*. (2024, Desember 16). Fenomena Maraknya Bag Charm di Indonesia: Sebuah Ancaman?. Diakses dari https://www.kompasiana.com/jennyferflorentia/67601425ed64152d58393262/fenomena-maraknya-bag-charm-di-indonesia-sebuah-ancaman?page=2&page_images=2
- Kusumawati, R. (2023). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pola Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 180-195.
- Liliweri, A. (2019). *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Listari, M. A., Wulandari, R., & Hartati, D. (2024). Gaya Berpakaian Generasi Z sebagai Bentuk Aktualisasi Diri: Studi Kasus Penggunaan Aksesoris di Ruang Publik. *Jurnal Psikologi Sosial dan Komunitas*, 12(1), 45-60.
- Lopez, E. M. (2021). The Extended Self: A Phenomenological Exploration of Material Objects and Lived Experience. *Journal of Qualitative Research*, 15(1), 10-25.
- Luthfia, D., & Dewi, K. (2023). Pergeseran Fungsi Aksesoris Fashion: Studi Kasus Bag Charm sebagai Ekspresi Identitas Fandom K-Pop. *Jurnal Fashion dan Desain*, 7(3), 201-215.
- Mahardika, I. (2019). Peran Self-Perfectionism dalam Representasi Diri Online dan Dampaknya pada Self-Esteem. *Jurnal Kajian Psikologi Indonesia*, 6(1), 32-48.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Edisi Terbaru). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, R., & Effendi, Y. (2017). *Prinsip Dasar dan Aplikasi Komunikasi Interpersonal*. Bandung: Penerbit Remaja Karya.
- Nana Syaodih Sukmadinata. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nastiti, R. A., & Widodo, B. E. (2024). Representasi Diri dalam Niche Community Online: Studi Fenomenologi Pengalaman Penggemar Figur Populer. *Jurnal Komunikasi Massa*, 10(2), 55-70.
- Nurhayati, S., & Anwar, F. (2024). Konsistensi Representasi Diri sebagai Prediktor Stabilitas Relasi Interpersonal Remaja. *Psikologi Kontemporer*, 12(1), 45-60.
- Oktaviany, F. (2023). *Representasi Diri Mahasiswi Berjilbab Dalam Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2019 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto).
- Pudjiastuti, A. (2015). Komunikasi sebagai Fenomena Multidimensional yang Terus Berevolusi. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1-10.
- Purbawati, R. (2020). Validasi Sosial dan Peningkatan Kecemasan: Analisis Representasi Diri di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sosial Terapan*, 8(3), 201-218.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Ratna, K. N. (2010). *Metode Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2018). *Teori Sosiologi Modern* (Edisi ke-8, Terjemahan). Jakarta: Kencana.
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Sarwono, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Sintarahma, A., & Purwaningsih, E. (2024). Pengaruh Keluarga Broken Home terhadap Perilaku Delinkuen Anak: Analisis Fenomenologi. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(5), 940–947.
- Subagyo, R. (2021). Strategi Manajemen Kesan di Tempat Kerja: Analisis Taktik Ingratiation dan Self-Promotion. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 15(3), 210-225.
- Subandi, R. (2019). Pentingnya Komunikasi Antarbudaya dalam Interaksi Bisnis Global. *Jurnal Kajian Budaya*, 8(1), 30-40.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharso, P. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Suryadi, T., & Wulandari, E. (2018). Dramaturgi Goffman dalam Konteks Komunikasi Digital. *Media dan Budaya*, 3(1), 1-15.
- Susanti, S., & Gunawan, W. (2024). Simbol Sebagai Representasi Kasundaan Individu Keturunan Jawa Di Kota Bandung. *Kabuyutan: Jurnal Kajian Ilmu Sosial dan Humaniora Berbasis Kearifan Lokal*, 3(2), 105-110.
- Suyanto. (2020). Fenomenologi Sebagai Metode dalam Penelitian Pertunjukan Teater Musikal. *Lakon: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, 9(2), 173–182.
- Tanjung, F., & Sari, D. P. (2022). Komunikasi Efektif sebagai Kunci Keberhasilan Organisasi dalam Pengelolaan Konflik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pembangunan*, 12(1), 45-58.
- Tarumingkeng, R. C. (2024). Konsep Inti Fenomenologi Edmund Husserl: Sebuah Tinjauan Filosofis. RUDYCT e-PRESS.
- Tuada, N. J., & Raihani, N. P. (2025). Generasi Z , Tantangan dan Peluang Bagi Pendidikan. 5.
- Tukala, A. P. (2021). *Komunikasi Non-Verbal: Konsep, Teori, dan Praktik*. Prenada Media.
- Utami, L. (2021). Aplikasi Teori Pengurangan Ketidakpastian dalam Interaksi Pertama di Lingkungan Kampus. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 8(2), 90-105.
- Viva. (2024, Oktober 3). Bag Charms: Ekspresikan Gaya Unik Gen Z dan Temukan Peluang Bisnis!. Diakses dari <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/1757800-bag-charms-kustom-ekspresikan-gaya-unik-gen-z-dan-temukan-peluang-bisnis>

- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (6th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Wibowo, T., & Astuti, R. (2019). Peran Proxemics dan Kinesics dalam Komunikasi Antarbudaya di Lingkungan Kerja Indonesia. *Media Komunikasi Nusantara*, 4(3), 150-165.
- Wijaya, B., & Santoso, H. (2015). Fleksibilitas Pengelolaan Citra Diri dan Kesejahteraan Subjektif. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 7(4), 180-195.
- Wiryanto. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo.
- Zulkarnain, R., & Agustina, S. (2022). Peran Media Sosial TikTok dalam Pembentukan Tren Maximalist Fashion dan Validasi Sosial pada Gen Z. *Jurnal Media dan Kebudayaan*, 6(4), 89-105.