

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Zainal, *Filsafat Manusia: Memahami Manusia melalui Filsafat*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 33-34.
- Ahmadi, Abu, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta), 2003.
- Chaney, David, *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Jalasutra, Yogyakarta).
- Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 28.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, (Malang: UMM), 2008, hlm. 68
- Hidayat, Medhy Aginta. *Jean Baudrillard dan Realitas Budaya Pascamodern*. (Sleman: Cantrik Pustaka), 2021.
- Idrus, M., *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 91.
- Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), hlm. 125.
- Nurfalah, Farida dkk, *Model Identitas Diri Mahasiswa Dalam Media Sosial Instagram*, (Surabaya: Pustaka Aksara), 2021.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. (Makassar: Alauddin University Press), 2016.
- Sastrowardoyo, Ina. *Teori Kepribadian Rollo May*. (Jakarta: Balai Pustaka), 1991.

Jurnal

- Ahmad, Harun. Endang Sumarti, dan Yunita Anas. S. "Cafe as a Representation of the Lifestyle of the Urban Community." *Technium Social Sciences Journal*. Vol. 33, (July, 2022), hlm. 569-576. Diakses melalui: <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/6851> (Diakses pada, 11 November 2022)

Al-Kandari, Ali. Srinivas R. Melkote, dan Ahmad Sharif. "Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait." *Journal of Creative Communications*. Vol.11, No.02, (2016). Diakses melalui: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0973258616644808> (Diakses pada, 11 November 2022)

Amrihani, Haresti Asysy dan Rajab Ritonga. "Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota." *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. Vol. 4, No. 02 (2021), hlm, 89-97. Diakses melalui: <http://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/133> (Diakses pada, 1 Agustus 2022)

Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Jurnal Unita*. Volume 9, No. 01, (2016), hlm. 140. Diakses melalui: <https://journal.unita.ac.id/> (Diakses pada, 10 November 2022)

Dewanti, Inke Nur dan Irwansyah. "Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*. Vol. 5, No. 1 (Juni 2021), hlm. 101-103. Diakses melalui: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1657>, (Diakses pada, 28 Desember 2022)

Fitriansyah, Fifit. "Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)." *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. Vol 18 No. 2 September 2018, hlm. 171 & 173. Diakses melalui: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala> (Diakses pada, 27 Desember 2022)

Hardika, Jelang. Iga Noviekayati, dan Sahat Saragih. "Hubungan Self-Esteem dan Kesepian dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram." *Jurnal Psikosains*. Vol. 14, No.1, (Februari 2019), hlm. 4. Diakses melalui:

<http://journal.umg.ac.id/index.php/psikosains/article/view/928/767> (Diakses pada, 13 Januari 2023)

Hendariningrum, Retno dan M. Edy Susilo. "Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi." *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 6, Nomor 2, (Mei - Agustus 2014), hlm. 28-30. Diakses melalui: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42> (Diakses pada, 1 Oktober 2022)

Herlyana, Elly. "Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda." *Thaqāfiyyāt*. Vol. 13, No. 1, (Juni 2012). Diakses melalui: <https://ejournal.uin-suka.ac.id/adab/thaqafiyat/article/download/43/42> (Diakses pada, 1 Agustus 2022)

Mahendra, Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)." *Jurnal Visi Komunikasi*. Volume 16, No.01, (Mei 2017), hlm. 152. Diakses melalui: <https://publikasi.mercubuana.ac.id> (Diakses pada, 10 November 2022)

Melkisedek, Mendy Hosiana. "Kafe sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumerisme (Studi Kasus pada Starbucks)." *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*. Vol. 17, No. 1, (Januari 2017), hlm. 53-56. Diakses melalui: <https://nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/21185> (Diakses pada, 20 Agustus 2022)

Monica, Sely. Naomi Prilda Siagian, dan Atika Rokhim. "Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjung Pinang." *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, Vol. 3, No. 8, (Agustus 2022), hlm. 1198-1203. Diakses melalui: <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/676> (Diakses pada, 10 November 2022)

Octavianto, Adi Wibowo. "Strukturasi Giddens dan Social Construction of Technology (Scot) sebagai Pisau Analisis Alternatif Penelitian Sosial atas Teknologi Media Baru." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume VI, Nomor. 2

(Desember 2014), hlm. 42. Diakses melalui: <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/940898> (Diakses pada, 12 Januari 2023)

Pratiwi, Galih Ika. "Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) Chapter Malang). *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol.3, No.1, (November 2016), hlm. 3. Diakses melalui: <https://media.neliti.com/media/publications/111099-ID-perilaku-konsumtif-dan-bentuk-gaya-hidup.pdf> (Diakses pada, 1 Oktober 2022)

Pratiwi, Rismawardani Wahyu. "Persepsi Anak Muda di Surabaya Mengenai Coffee Shop sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan." *Jurnal Commercium*. Volume 05, No. 02 (2022), hlm. 238-248. Diakses melalui: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/47850/39945> (Diakses pada, 1 Agustus 2022)

Putra, Albertus Adi. Adi Santosa, dan Poppy Firtatwentyna Nilasari. "Kajian Perbandingan Kenyamanan Ruang Desain Interior Kafe yang *Instagramable* di Surabaya (Studi Kasus: Carpentier Kitchen dan Threology Coffee)." *Jurnal Intra*. Vol. 7 No. 2, (2019), hlm. 934. Diakses melalui: <https://publication.petra.ac.id/> (Diakses pada, 10 September 2020)

Rejeki, Sri. Euis Komalawati, dan Poppy Indriyanti. "Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa." *Jurnal Lugas*. Vol. 4, No. 2, (Desember 2020), hlm. 105-116. Diakses melalui: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1225> (Diakses pada, 10 November 2022)

Rianti, Nila, dan Hesti Asriwandari. "Konstruksi Citra Diri Dan Fenomena Dramaturgi Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Vol06 (Tahun 2019, hlm. 1-3, Diakses melalui: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/25331> (Diakses pada, 8 Januari 2024)

Sabekti, Ria. Ah Yusuf, dan Retnayu Pradanie. “Aktualisasi Diri dan Kecenderungan Narsisme Pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial.” *Jurnal Keperawatan Jiwa*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. Diakses melalui: <https://docplayer.info/155389833-Psychiatry-nursing-journal-jurnal-keperawatan-jiwa-vol-1-no-1-maret-2019.html> (Diakses pada, 5 Januari 2023)

Sakinah, Umul. M. Fahli Zatrachadi, dan Darmawati. “Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri.” *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*. Vol. 2 No.1, (2019), hlm. 41-42. Diakses melalui: <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/alittizaan/article/view/10544/0> (Diakses pada, 5 Januari 2023)

Sakti, Bulan Cahya dan Much Yulianto. “Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja.” *Interaksi Online*, Vol. 6, no. 4 (September 2018) hlm 2-3. Diakses melalui: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>, (Diakses pada, 20 Januari 2023)

Sembiring, Eva Lestari, dan Hadi Purnama, “Representasi Citra Diri B.J. Habibie pada Iklan Surat Kabar (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan Dukacita B.J. Habibie pada Surat Kabar Republika).” *eProceedings of Management* Vol. 07, No. 02 (Tahun 2020), hlm. 2-4, Diakses melalui: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13633>, (Diakses pada, 8 Januari 2024)

Solikatun. Drajat Tri Kartono, dan Argyo Demartoto. “Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang.” *Jurnal Analisa Sosiologi*. (April 2015) Vol. 4, No. 1, hlm. 61-62. Diakses melalui: <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/17410/13908> (Diakses pada, 4 Januari 2023)

Sukirno, Firla Setyo dan Sugeng Harianto. “Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area Di Kota Mojokerto.” *Jurnal Paradigma*. Volume 05, No. 01 (Tahun

2017), hlm. 3-4. Diakses melalui: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id> (Diakses pada, 1 Oktober 2022)

Suryani, Citra Dewi dan Dian Novita. “Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga.” *PRecious: Public Relations Journal*. Vol. 1, No. 2, (April 2021), hlm. 178-199. Diakses melalui: <https://ejournal.uksw> (Diakses pada, 1 Agustus 2022)

Widiyaningsih, Dewy Sri. “Makna Kafe Bagi Remaja Milenial sebagai Bentuk Citra Diri di Media Sosial.” *Jurnal Publiciana*. Volume 15, No 01, (2022), hlm. 15-16. Diakses melalui: <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/374> (Diakses pada, 10 November 2022)

Widodo, Herru Prasetya dan Mira Maryama. “Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java.” *Jurnal Komunikasi Nusantara*. Vol 3 No 2 (Desember, 2021), hlm 132-133. Diakses melalui: <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/85> (Diakses pada, 3 Desember 2022)

Tesis

Puspitasari, Windy Eka Putri, Tesis: *Visualisasi Media Sosial dalam Eksistensi Diri dan Pencitraan*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017)

Sam, Lina Agustina, Tesis: *Citra Diri Generasi Milenial Melalui Media Sosial Instagram* (Bandung: Universitas Pasundan, 2018)

Website

Ahlgren, Matt, 2023, “40+ Statistik, Fakta & Tren Instagram untuk 2023,” Diakses melalui: <https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#chapter-3> (Diakses pada, 9 Januari 2023)

Anggraeni, Ellynda Kusuma, 2021, “Fear Of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen,” Diakses melalui:

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html>, (Diakses pada, 17 Januari 2023)

Arest.Web.Id, “Profil Kanma Group,” Diakses melalui: <https://arest.web.id/content/kanma-group>, (Diakses pada 17 Juni 2023)

Awaludin, Yosep, 2022, “Kopi Nako BNI Djuanda Resmi Dibuka,” Diakses melalui: <https://www.radarbogor.id/2022/08/12/kopi-nako-bni-djuanda-bogor-resmi-dibuka/> (Diakses pada, 21 Juni 2023)

Foodierate, “Cabang Kopi Nako,” Diakses melalui: <https://www.foodierate.com/brand/kopi-nako> (Diakses pada, 20 Juni 2023)

Ghasani, Divia Ayu, “Kopi Nako: Tempat Nongkrong Baru yang Recommended Untukmu di Depok,” Diakses melalui: <https://tempat.com/blog/kopi-nako-tempat-nongkrong-baru-yang-recommended-untukmu-di-depok/> (Diakses pada, 20 Agustus 2022)

Harvey, Steve, 2018, “Identity and ideology: What is a lifestyle brand?” Diakses melalui: <https://medium.com/swlh/identity-and-ideology-what-is-a-lifestyle-brand-30fb27971d0b>, (Diakses pada, 3 Desember 2022)

Kanma Group, 2022, “Kopi Nako,” Diakses melalui: <https://kopinakobogor.carrd.co/> (Diakses pada, 20 November 2022)

Kota Wisata, 2019, “Kota Wisata,” Diakses melalui: <https://www.kota-wisata.co.id/> (Diakses pada, 20 November 2022)

KumparanTech, 2018, “Kisah di Balik Hadirnya *Instagram Stories* yang Kini Jadi Idola,” Diakses melalui: <https://kumparan.com/kumparantech/kisah-di-balik-hadirnya-instagram-stories-yang-kini-jadi-idola/full> (Diakses pada, 13 Januari 2023)

Media Indonesia, 2023, “Wuling Gaet Kopi Nako Sulap Formo Max Jadi Mobile Cafe,” Diakses melalui: <https://mediaindonesia.com/otomotif/559753/wuling-gaet-kopi-nako-sulap-formo-max-jadi-mobile-cafe>, (Diakses pada, 21 Juni 2023)

- MNC Trijaya, 2023, "Punya 39 Cabang dalam 5 Tahun, Inilah Cerita Sukses Owner Kopi Nako," Diakses melalui: <https://www.mnctrijaya.com/news/detail/59418/punya-39-cabang-dalam-5-tahun-inilah-cerita-sukses-owner>, (Diakses pada 20 Juni 2023)
- NapoleonCat, 2023 "Instagram Users in Indonesia," Diakses melalui: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/08/> (Diakses pada, 20 Mei 2023)
- Perkasa, Gading, 2021, "Mengapa Orang Sangat Menyukai *Instagram Story*," Diakses melalui: <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/04/30/143132020/mengapa-orang-sangat-menyukai-instagram-story?page=all>. (Diakses pada, 13 Januari 2023)
- Rahmawati, Andi Annisa Dwi, 2020, "Warung Nako: Makan ala Warteg di Area Kafe Kekinian," Diakses melalui: <https://food.detik.com/makan-siang-bareng-detikfood/d-4843619/warung-nako-makan-ala-warteg-di-area-kafe-kekinian-penuh-kaca-nako>, (Diakses pada, 2 Agustus 2022)
- Riadi, Muchlisin, 2018, "Pengertian, Jenis, Indikator, dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup," Diakses melalui: <https://www.kajianpustaka.com/> (Diakses pada, 1 Oktober 2022)
- Rizaty, Monavia Ayu, 2022, "Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022," Diakses melalui: <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada, 20 Agustus 2022)
- Rizaty, Monavia Ayu, 2022, "Daftar Negara Terbanyak Habiskan Waktu di Medsos, Ada Indonesia," Diakses melalui: <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-terbanyak-habiskan-waktu-di-medsos-ada-indonesia> (Diakses pada, 9 Januari 2023)
- Sandy, Kunthi Fahmar, 2021, "Bisnis F&B Kian Menjamur, Ini Jurus Kopi Nako Terus Berkembang di Tengah Pandemi," Diakses melalui:

<https://www.idxchannel.com/economics/bisnis-fb-kian-menjamur-ini-jurus-kopi-nako-terus-berkembang-di-tengah-pandemi>, (Diakses pada, 17 Juni 2023)

Teman Startup, 2021, “Kopi Nako, Berkembang Pesat Di tengah Pandemi!” Diakses melalui: <https://temanstartup.com/kopi-nako-berkembang-pesat-ditengah-pandemi/>, (Diakses pada 19 Juni 2023)

Tyonote, 2021, “Sociology in Business Management (Easy Explanation),” Diakses melalui: https://tyonote.com/sociology_in_business_management/, (Diakses pada, 7 Januari 2024)

Sumber Lain

Lihat di @kopinako.id, 2022, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> (Diakses pada, 20 Juni 2023)

Lihat di @kopinako.id, 2023, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> (Diakses pada, 21 Juni 2023)

Lihat di @kopinako.id dan #kopinako, 2023, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> (Diakses pada, 20 Juni 2023)

Lihat di @kopinako.id dan @kopinako.kotawisata, 2023, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> (Diakses pada, 21 Juni 2023)

Lihat di @kopinako.id dan @kopinako.rumahsangrai, 2022, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> (Diakses pada, 20 Juni 2023)

Lihat di @kopinako.official, 2023, Diakses melalui: <https://www.tiktok.com/> (Diakses pada, 30 Mei 2023)

Lihat di #kopinako, 2023, Diakses melalui: <https://www.instagram.com/> dan <https://www.tiktok.com/>, (Diakses pada, 21 Juni 2023)

Teman Startup, “Fast Growing Coffe Business despite the Pandemic w/JB Khrisna Susanto (Director of Kopi Nako),” *YouTube*, Diunggah oleh Teman Startup, 17 September 2021, <https://youtu.be/RDc12f5oLvA> (Diakses pada, 17 Juni 202)