

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Crystal, Tama Leaver, dan Tim Highfield. 2020. *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity Press.
- Baym, Nancy K. 2015. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Bucher, T. 2018. *If Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J.W. 2007. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Edisi Ketiga)*. Thousand Oaks: Sage.
- Papacharissi, Zizi. 2014. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Rahma, Aulia Nur. 2021. *Identitas Digital dan Media Sosial: Perspektif Komunikasi dan Budaya Populer*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ritzer, George, dan Douglas J. Goodman. 2014. *Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern* (ed. 10). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Amelia, Y., & Wulan, T. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Jurnal*, 4(2), 438.
- Anasari, N. (2015). Media Sosial sebagai Panggung Drama (Studi Deskriptif Presentasi Diri Pengguna Twitter di Kalangan Mahasiswa Unesa). *Jurnal Paradigma*, 3(3).
- Arsha, S., Putri, D. W., & Wattimena, G. H. (2019). Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Cantika Melalui Youtube Channel. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 12(1).
- Bishop, S. (2020). Managing Visibility on Youtube Through Algorithmic Gossip. *New Media & Society*, 22(10), 1755–1775.
- Cotter, K. (2019). Playing the Visibility Game: How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913.
- Dewi, D. R., Mayangsari, I. D., & Nofha, R. (2016). Impression Management Mahasiswa di Media Sosial Instagram. *Jurnal Management Sosial*, 3(2), 2321.
- Dewi, R., & Preciosa, A. J. (2018). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983–5002.
- Evi, A. (2021). Perilaku Dramaturgi Remaja dalam Menggunakan Instagram. (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Hasgimianti. (2022). Tingkat Adiksi Penggunaan Media Sosial Remaja: Studi Deskriptif. *Jurnal*, 5(2), 106–113.
- Hogan, B. (2010). The Presentation Of Self In The Age Of Social Media: Distinguishing

- Performances And Exhibitions Online. *Sage Journal*, 30(6).
- Horton, D., & Wohl, R. R. (2022). Mass Communication and Para Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Khuzaimah. (2023). Instagram Sebagai Media Berdramaturgi dalam Membentuk Self-Image Virtual. *Jurnal*, 5(2), 139–146.
- Kurniadi, H. (2022). Impression Management: Identitas dan Harga Diri dalam Motivasi Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal*, 4, 13–29.
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 4(4).
- Marwick, A. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Mulawarman, A. D. N. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Murfi. (2017). Photo: Identity and Commodity on Social Media Instagram. *Proceeding IICACS*, 2.
- Mutia, T. (2017). Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan. (Tesis).
- Pendery, D. (2020). The Asian Cyber-Self: A Study of Taiwanese University Students and the Construction of Online Identity. *Journal of Identity and Migration Studies*, 14(2).
- Pradhana, T. A. (2019). Self Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman. (Skripsi, Universitas Sunan Ampel).
- Ramadhanti, T. R. (2016). Fenomena Pemanfaatan Instagram sebagai Media Personal Branding. (Skripsi, Universitas Diponegoro).
- Rianti, N., & Hesti, A. (2019). Konstruksi Citra Diri dan Fenomena Dramaturgi melalui Media Sosial Instagram di Kota Pekanbaru. *Jurnal FISIP*, 6(2).
- Santoso, I. (2021). Pembentukan Identitas Digital di Instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(2).
- Sari, D. P., & Maulana, A. (2020). Strategi Penggunaan Instagram Story Sebagai Media Promosi. *Jurnal Pekommas*, 5(2).
- Sari, R. P., & Nugroho, Y. (2020). Pencitraan Diri Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 5(1).
- Syahputra, I., & Setiawan, R. (2020). Strategi Personal Branding Selebgram dalam Upaya Monetisasi Instagram. *Jurnal Pekommas*, 5(1).
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator di Media Sosial Instagram. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 14–24.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, A., & Maria, F. (2017). Fenomena Penggunaan Foto Outfit of the Day di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri. *Jurnal Komunikatio*, 2(1).
- Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja. *Jurnal*, 22, 145–164.
- Wulandari, D. A., & Ramadani, R. (2021). Pengaruh Live Streaming Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1).

Situs Internet

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Laporan Survei Penggunaan Media Sosial 2024*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>

Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia, We Are Social & Meltwater*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

