

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R., Nayla, F., & Angelie, T. (2023). Fenomena Berita Hoaks Pada Platform Facebook Dalam Membentuk Kepercayaan Masyarakat Gen X. *Prosiding Seminar Nasional, ISSN 1234-5678 Online*, 341–351.
- Fahmi, A. B. (2011). *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. PT. Elex Media Komputindo.
- Fauzia, L. V. (2020). Rekonstruksi Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Re-Branding Komunitas Kantong Pintar. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 1, 13.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus* (Ruslan & M. Effendi, Eds.). CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Fenomenologi*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Jelly, O. :, & Putri, D. (2015). KONSTRUKSI MAKNA MAROSOK DALAM TRANSAKSI JUAL BELI TERNAK DI DESA CUBADAK KABUPATEN TANAH DATAR. In *Jom FISIP* (Vol. 2, Issue 1).
- Muhammad Farid. (2018). *Fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial*. Kencana.
- Muktamar, A., Hertina, D., Ratnaningsih, R., Saepudin, Syaputra, H., Hendriana, T. I., Masruroh, Agus, R., & Desi, T. (2023). *MSDM ERA MILENIAL Pengelola MSDM Yang Efektif Untuk Generasi Milenial*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Munadhil Abdul Muqsih. (2014). *Pesan Politik di Media Sosial Twitter*. Jakad Media Publishing.
- Nisful Laily. (2020). *Teori Sosial Empirik Untuk Penelitian Ilmiah Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Rofiq Ma'mun & Muhammad Faliqul Ishbah, Eds.). Edulitera (Anggota IKAPI).
- Pipit Eko Priyono. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. Guepedia.com.
- Priyantomo, B. (2015). *Facebook Marketing Funnel Cara optimal memasarkan lewat facebook*. Mobile Outlet.

- Purwasih, J. H. G., & Pratiwi, S. S. (2022). *Sosiologi*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Rahayu, D., Maryani, E., & Gemiharto, I. (2021). Komunikasi Digital Dalam Bisnis Online Produk UMKM “ SO WHAT ” di Era Normal Baru kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Communication*, 12(1), 59–68.
- Relly Anjar Vinata Wisnu Saputra. (2024). *RETORIKA : Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*.
- Rostina. (2024). Pengaruh Kesalahan Dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Postingan di Facebook. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Volume 2, Nomor 1, 155–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10511825>
- Sari, R. (2017). KONSTRUKSI MAKNA CANTIK BAGI MAHASISWI UNIVERSITASRIAU BERKULIT COKELAT. In *JOM FISIP* (Vol. 4).
- Simanjuntak, S. D. (2020). *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Aplikasi Ms. Excel dan SPSS* (T. Lestari, Ed.). Jakad Media Publishing.
- Umrati, H. W. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (M. nurdin Jamil, Ed.). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (S. suzana Claudia, Ed.; jamil nurd). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Urip Sulistiyo. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (Much Renaldi, Ed.). PT Salim Media Indonesia.
- Wu, M. S. (2023). The effects of facebook use on network social capital and subjective well-being: A generational cohort analysis from the Taiwan social change survey. *Heliyon*, 9(4), e14969. <https://doi.org/10.1016/J.HELİYON.2023.E14969>
- Yohana Febriana Tabun, Kadek Ayu Ariningsih, Novita Maulidya Jalal, & Rambu Ririnsia Harra Hau. (2022). *Teori Pembelajaran*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Yuliastuti, M. (2023). Perempuan Gen X: Literasi Digital di Instagram Vs Facebook. *Jurnal Komunikatif*, 12(1), 105–117. <https://doi.org/10.33508/jk.v12i1.4669>