

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, T. M. (1995). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anindhita., A. W. (2018). Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, VI(1), 1–11.
- Ardiyanto, 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, cetakan Kedua. Simbiosia Rekatama Media, Bandung, (hlm. 87).
- Boyer, L., Brunner, B.R., Charles, T., & Coleman, P. (2006). Managing Impressions in Avirtual Environment: Is Ethnic Diversity a Self-Presentation Strategy for Colleges and Universities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12(1), halaman 1-15.4.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. *Journal University of Social Sciences Research Centre*.
- Harahap, M., Firman, F., & Ahmad, R. (2021). Penggunaan Social Media dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 135-143. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>
- Hidayat, Denny. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim, Abdul Syukur. (1993). *Kapita Selekta: Sociolinguistik*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Juditha, C. (2018). Presentasi Diri Dalam Media Sosial Path. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 15(1), 17. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v15i1.1316>
- Jones, E., & Pittman, S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspectives On The Self*, 1, 230-262.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Malang: UIN Malang Press.
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu Dan Presentasi Diri Remaja Di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 4(2), 91. <https://doi.org/10.26740/jptt.v4n2.p91-105>

- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Mardhiyah, A.N., & Imran, A.I. (2019). Penggunaan Bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram sebagai Bentuk Presentasi Diri. *Nyimak Journal of Communication*, 3(1), 61-75.
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Patton, M.Q. (1987). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Prayoga, R.A., & Khatimah, H. (2019). Pola Pikir Penggunaan Bahasa Inggris Pada Masyarakat Perkotaan di Jabodetabek. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 2(1), 39-52.
- Pei, M.A., & Gaynor, F. (1954). *A Dictionary of Linguistic*. New York: Philosophical Library.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. Research Gate. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/profile/AstariClaraSari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2836d9458515a4c700b5b6/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandra, I. R. (2019). Hubungan Bahasa, Sastra, Dan Ideologi. In *Cordova Journal : language and culture studies* (Vol. 9, Issue 2, pp. 172–182). <https://doi.org/10.20414/cordova.v9i2.1613>
- Suneki, & Haryono. (2012). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *Civis*, 2(2), 1–11.
- Abubakar, S. (2020). Paradigma Pengembangan Ilmu Pengetahuan Thomas S. Kuhn dan Relevansinya dengan Kajian Keislaman. *Al-Ittihad: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 6(1), 47–64.
- Tur, A.P.A. (2019). Iconic English Business Name as a Branding Tool in The Rural Areas of Yogyakarta Special Region. *Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 18(1).