

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Berbasis Ekstrakurikuler Pramuka Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 03(02), 171.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). *The Relationship Between Addictive Use of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings from a Large National Survey*. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94. <https://doi.org/10.22373/jp.v4i2.11080>
- Anggrainy, N. E. (2022). *Body dissatisfaction pada wanita pengguna media sosial instagram. SPECTRUM: Journal of Gender and Children Studies*, 2(2), 95-104.
- Armawan, I., & Hermawan, A. (2022). The Application SOR Theory In Social Media Marketing And Brand Of Purchase Intention In Indonesia: Systematic Literature Review. *Journal Of Positive School Psychology*, 6(10), 2656–2670.
- Atmoko. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bandura, A. (2016). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective*. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Baron. (1989). Diambil kembali dari Universitas Gunadarma: http://awan.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/43984/Bab_6.pdf
- Bem, D. J. (1972). *Self-Perception Theory*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, 1-62.

- Citra Antasari, R. D. (2022). *KINESIK Vol. 9 No. 2(2022) | 176 PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU*. Diambil kembali dari [jurnal.fisip.untad.ac.id:https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/327/246](https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/327/246)
- Cahyono. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberadaan Insecure: Sebuah Analisis*.
- Chairani, L.-. (2018). Body Shame dan Gangguan Makan Kajian Meta-Analisis. *Buletin Psikologi*, 26(1), 12–27. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.27084>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Chua, T. &. (2016). *Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. Computers in Human Behavior*, .
- Dianingtias. (2018). “*PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRIMELALUI MEDIASOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE*”, *Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie*.
- Dukalang, S. N. (2019, Januari). *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda*. Diambil kembali dari Jambura Journal of Mathematics: <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom/article/viewFile/1742/1270>
- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu Komunikasi Bandung*. Diambil kembali dari PT. Remaja Rosdakarya.
- Haryanto, A. (2021). *Pengaruh Interaksi Media Sosial terhadap Self-Confidence Pengguna Instagram*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 45-57.
- Huang, C. (2020). *Social Media Use and Self-Esteem: A Meta-Analysis*. *Journal of Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(3), 187-194.

- Isneniah, D., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2024). *Correlational study: self-esteem and fear of missing out (fomo) in emerging adulthood*. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 18(2), 209-217. <https://doi.org/10.33024/hjk.v18i2.264>
- J.A Mehrabian, A. Russell. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. Cambridge, UK: MIT Press
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104. <https://doi.org/10.1108/132872612111232126>
- Kustiawan, W., Fadillah, U., Sinaga, F. K., Hattaradzani, S., Hermawan, E., Juanda, M. D., Suryadi, A., & Fahmi, R. R. (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11930>
- Keller, K. d. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 5, Desember 2016*.
- Muarifah, A., Fauziah, M., Saputra, W. N. E., & Costa, A. D. (2019). Pengaruh regulasi emosi terhadap harga diri siswa sekolah menengah atas di yogyakarta. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 94. <https://doi.org/10.17977/um001v4i32019p094>
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Diambil kembali dari PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017).
- Mulyana, D. (2015). *Universitas Semarang*. Diambil kembali dari <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2019/G.331.19.0137/G.331.19.0137-05-BAB-II-20240114112626.pdf>
- Mulyana, D. (2015). *Universitas Semarang*.
- McQuail, D. (2010). *Mcquail's mass communication theory* (6th ed). Sage Publications.
- Nafier, M. (2018). *Jurnal Politeknik LP3I*. Diambil kembali dari <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/download/461/316>

- Nasrullah, D. R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nidia Suriani, R. M. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*.
- Nielsen, K. (2022). *Social Media Engagement and Self-Esteem: The Role of Digital Interaction in Confidence Building*. *Journal of Digital Psychology*, 14(3), 78-95.
- Nurudin, M.Si. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. PT. Raja Grafindo Persada
- Octaviyani, S. P. (2022). Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Body Image Pada Mahasiswa Progam Studi Psikologi UIN Walisongo Semarang. *Journal Of Education and Technology*, 2(1), 14–18.
- Onong, U.,E.. (2023). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi, Cet.keTiga*, PT. Citra Aditya
- BaktiBakhri, Samsul. (2021). *Ilmu Komunikasi*. Zahir Publishing
- Peres, R., Muller, E., & Mahajan, V. (2018). *Innovation Diffusion and New Product Growth Models: A Critical Review and Research Directions*. *International Journal of Research in Marketing*, 35(2), 230-251.
- Pratami, D. W. (2019). *Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer*. Diambil kembali dari <http://repository.unibi.ac.id/171/1/KEKUATAN%20MEDIA%20BARU%20YOUTUBE%20DALAM%20MEMBENTUK%20BUDAYA.pdf>
- Putri, D. M. (2018). *PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. Diambil dari <https://repository.bakrie.ac.id/1517/1/Penelitian%20Proses%20Pembentukan%20Citra%20Diri%20Melalui%20Media%20Sosial%20Instagram.pdf>
- Rachmat. (2016). *Jurnal Politeknik LP3I*. Diambil kembali dari <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/download/461/316>
- Riyanto, F. d. (2020). Diambil kembali dari e-Journal UIN Suska.ac.id: <https://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/SosialBudaya/article/download/29827/10782>
- Riad, Katya. (2023). Pengaruh terpaan instagram @ananzaprili terhadap kepercayaan

- diri pada followers. (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hdayatullah Jakarta)
- Sikula, A. E. (2017). *THE INFLUENCE OF COMMUNICATION AND LEADERSHIP STYLE ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT. CHANG HONG YIN HUA*. Diambil kembali dari Jurnal Amal Insani.
- Santoso, D., & Pratama, R. (2020). *Dampak Media Sosial dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri: Studi Kasus pada Pengguna Instagram di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Digital, 8(1), 112-130.
- Solomon. (2011). *Universitas Bina Nusantara*. Diambil kembali dari <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdok/Bab2/2012-2-00862-MC%20Bab2001.pdf>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Pengaruh Pengawasan Kemampuan Dan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan*. Diambil kembali dari <https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/manivestasi/article/download/4740/4194/8962>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: *Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *MAKBATUN Journal*, 2(2), 20–26.
- Syauqii, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberadaan Insecure: Sebuah Analisis. *Communication & Social Media*, 2(2), 74–78. <https://doi.org/10.57251/csm.v2i2.978>
- Taprial, V., & Kanwar, P. (n.d.). Understanding Social Media. *Understanding Social Media*.
- Sandwina, F.,N. (2024). *Pengaruh Konten Instagram @Menjadimanusia Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mentanl*. Universitas Telkom
- Taskiran, O., M & Yilmaz, R. (2015). *Handbook Of Research On Effective Adversiting Strategic In The Social Media Age*. AMRECES

- Valkenburg, P. M., van Driel, I. I., & Beyens, I. (2017). *The Associations of Active and Passive Social Media Use with Well-Being: A Meta-Analytic Review*. *Journal of Communication*, 67(4), 482-503.
- Winda Kustiawan, U. F. (2022). *Komunikasi Intrapersonal*.