

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, reza 2019 <https://highlight.id/sejarah-awal-mula-bisnis-nike-merek-fashion-sepatu-dari-masa-ke-masa/>
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Polity Press.
- Barber, B. R. (2007). *Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole*. W. W. Norton & Company.
- Beltran, S. (2018, Maret 14). What is a ‘*hypebeast*’ and where do you find them. Diambil dari <https://www.esquireme.com/content/26947-what-is-a-hypebeast-and-where-do-we-find-them>.
- Darling, C. (2019). *The Hypebeast Effect: How Virality and Exclusivity Built a Culture*. diambil dari <https://www.highsnobiety.com/p/hypebeast-culture-effect/>
- Gafara, Gesha. 2018. Why Do We Thrifting. ([http:// www.ussfeed.com/why-do-we-thrifting./](http://www.ussfeed.com/why-do-we-thrifting/)
- Gunarsa, S.D. (2004). *Dari Anak Sampai Usia Lanjut*. Jakarta: PT. BPK. Gunung Mulia.
- Haldani Ahmad, *Sejarah dan Gaya dalam Fashion*, (Bogor: Institue Tekhnologi Bogor,1999),78
- Harvey, D. (2010). *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. Oxford University Press.
- He, R. (2019). Why Hypebeasts and Resellers Are Ruining Sneakers. Diambil dari <https://www.highsnobiety.com/p/hypebeasts-resellers-ruining-sneakers/>
- Kemenkes R. *Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja*. 2017. ([http://www.depkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/infodatin%20reproduksi%20remaja ed.pdf](http://www.depkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/infodatin%20reproduksi%20remaja%20ed.pdf)): Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. (online). Diakses 02 february 2021
- Klein, N. (2000). *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. Picador.
- Koentjaraningrat. 1990. *Sejarah Ilmu Antropologi*
- Koentjaraningrat. 2015. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta PT. Rineka Cipta

- Laela Nur Insani. 2017. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa*
- Leach, Alec. 2015. Most Important Streetwear moment.
<https://www.highsnobiety.com/2015/12/07/>, diakses pada 25 juni 2021.
- Malcoln Barnard, Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender, (Yogyakarta: Jalasutra, 2016), 13 Moleong . 2005:6.
Metode Penelitian Kualitatif. Kualitatif Reseach
- Miller, D. (1998). *Material Culture and Mass Consumption*. Blackwell Publishers.
- Pascarina, Patrisia Amanda. 2014. Representasi Identitas Remaja Laki-Laki Melalui Penggunaan Fashion. *Journal UNAIR*. Universitas Airlangga.
- Price, emment george, 2006. "The rise and spread of hip-hop culture," dalam hip hop culture, santa barbara : ABC-CLIO, Inc.
- Putro, K. Z. (2017). Memahami ciri dan tugas perkembangan Masa Remaja. Aplikasi: Jurnal aplikasi ilmu-ilmu agama, Volume 17, nomor 1.
- RetnoHendraningrum dan M. Edy Susilo, Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.6 No.2 Hal 26
- Riadi, Muchlisin. 2018. Pengertian, Aspek dan Karakteristik Perilaku Konsumtif.
<https://www.kajianpustaka.com/2018/06/pengertian-aspek-dan-karakteristik-perilaku-konsumtif.html?m+1> Diakses pada 10 Oktober 2020
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
 Soetjiningsih. 2010. *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta :SagungSeto.
 Sumartono. 2002. *Aspek-aspek Perilaku Konsumtif*.
- Thompson, T. (2017). The Rise of the Hypebeast: A Complex Evolution. Diambil dari <https://www.complex.com/style/2017/05/rise-of-the-hypebeast>
- Wulaniyati, Karla. 2019. "Hypebeast", Fenomena Generasi Zaman Now.
<https://www.kompasiana.com/karlawulaniyati/5cb86c8da8bc152aa7423c14/hypebeast-fenomena-generasi-zaman-now?page=all>. Diakses pada 15 oktober 2020

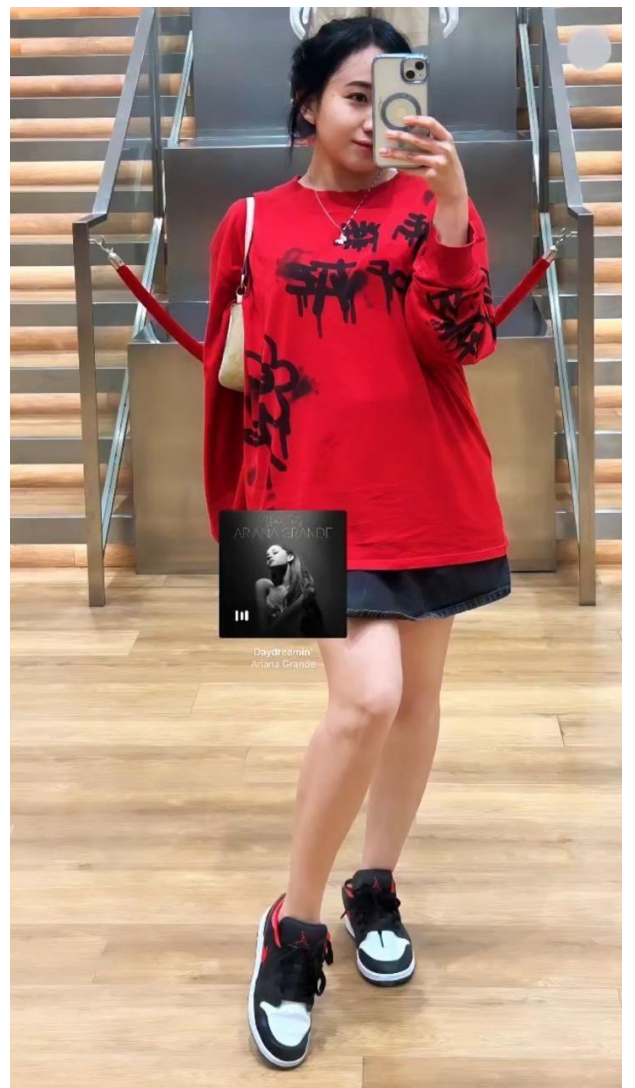
Pham, A. (2020). How Hypebeasts Are Turning Their Love of Brands Into a Full-Time Job. Diambil dari <https://www.businessoffashion.com/articles/professional/how-hypebeasts-are-turning-their-love-of-brands-into-a-full-time-job>

Putri Narada citra (2021) <https://www.parapuan.co/read/533018678/mengenal-brand-off-white-didirikan-oleh-virgil-abloh-yang-wafat-karena-kanker>

Putra Nugraha, R. (2019). Hypebeast Fashion Phenomena as a Sub-Culture Identity (A Case Study: Jakarta Hypevibe Community) International Journal of Management Sciences and Business Research, Dec-2019 ISSN (2226-8235) Vol-8, Issue 12

Luthfia Hidayatti, U. (2019). Mengenal Seluk Beluk Trend Fashion Hypebeast yang kekinian diambil dari <https://www.idntimes.com/life/women/ulfa-luthfia-hidayatty/mengenal-trend-fashion-hypebeast-yang-kekinian?page=all>







Lampiran: Tabel data Informan

| No. | Nama Informan | Usia | Jenis Kelamin |
|-----|---------------|----------|---------------|
| 1 | FF | 19 TAHUN | LAKI-LAKI |
| 2 | FA | 20 TAHUN | LAKI-LAKI |
| 3 | GP | 22 TAHUN | LAKI-LAKI |
| 4 | CA | 19 TAHUN | PEREMPUAN |
| 5 | TL | 23 TAHUN | LAKI-LAKI |