

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, V., & Vera, N. (2020). Pengaruh Konten Instagram Seblak Jeletet Murni Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram @seblak\_jeletet\_murni). *Jurnal Pantarei*, 4(1), 1–7.
- Ardi, Z., & Putri, S. A. (2020). Southeast Asian Journal of technology and Science The analysis of the social media impact on the millennial generation behavior and social interactions Keyword: Social media The millennials Social interactions Corresponding Author. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 1(2), 70–77.
- Bandura, A. (2009). Social Cognitive Theory Of Mass Communication. In *Media Effects* (Pp. 110-140). Routledge.
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Dweck, C. S. (2017). The Journey To Children's Mindsets—And Beyond. *Child Development Perspectives*, 11(2), 139-144.
- Daniartha, A. M., & Alkhajar, E. N. S. (2024). Strategi Personal Branding Makeup Artist (Mua) Peduli Lingkungan Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 92–99.
- Febriyanti, C. M., & Sahrani, R. (2024). HUBUNGAN ANTARA MINDSET DENGAN PEMILIHAN KARIR PADA GENERASI Z. 8(3), 447–458.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Ghazali, A. El, & Samaria, S. (2024). Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 333–346. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.1159>
- Groth, A., Buchauer, R., & Schlögl, S. (2018). Influence of Social Media Engagement on Sustainable Mobility Behaviour in Alpine Regions. *Information and Communication Technologies in Tourism 2018, 2015*, 186–199. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-72923-7\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-72923-7_15)
- Hermawanti, F., Prisant, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7, No.1, 346–356. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27198>
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149–165. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>
- Johnston, K. A., & Taylor, M. (2018). The Handbook of Communication Engagement. *The Handbook of Communication Engagement*, 1–579. <https://doi.org/10.1002/9781119167600>
- Kaharmudzakir, I., & El Qudsi, M. I. (2022). Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 127–140. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.455>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st ed.). Kencana.

- Littlejohn, Stephen, W., A.Foss, K., & Oetzel, J. G. (2017). THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc.* (Vol. 53, Issue 95).
- Logan, R. K. (2022). *A View of the Internet from the Perspective of Harold Innis' s Bias of Communication.* 2(2), 80–86.
- Murlitta, O., Wisudawanto, R., Azis, H., Surakarta, U. S., Adi, J., No, S., Laweyan, K., Surakarta, K., & Tengah, J. (2024). *Penerapan Kekayaan Media Tentang Pemberitaan Unggahan Terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 Oleh Humas pada Instagram DPRD Kota Surakarta.* 2(4).
- Mustari, M., Rijal, S., Amri, A. D. I., Ahmad, M. I. S., & Arisah, N. (2024). The Influence of Growth Mindset, Product Innovation, and Social Media Utilization on Business Development with Social Support as a Mediating Variable in MSMEs in Lalabata Village, Soppeng Regency. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1880–1892. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.753>
- Nasrullah, M. N., Setiawan, K., & Fitriah, M. (2023). Terpaan Media Massa Melalui Berita Politik Pada Mahasiswa. *Karimah Tauhid*, 2(5), 2327–2342.
- Pajares, F., Prestin, A., Chen, J., & Nabi, R. L. (2009). *Social Cognitive Theory And Media Effects.* Na.
- Pangase, I. N., Sugandi, & Ghufron. (2018). Analisis Terpaan Media Terhadap Kecemasan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Loa Bakung Samarinda (Studi Kasus Kekerasan Seksual Yuyun. *Ilmu Komunikasi*, 6(3), 633–647.
- Parawansa, N., Gultom, E. G., Wida Safitri, Azizah Aulia Nisa, & M. Surya dilaga. (2023). Pengaruh Penerapan Growth Mindset Terhadap Kecerdasan Emosional Melalui Self-Motivation Di Lingkungan Akademik. *Journal of Creative Student Research*, 1(5), 307–319.
- Pratiwi, M., Anggraini, D., Mardhiyah, S. A., & Iswari, R. D. (2020). Mengembangkan Growth Mindset Mahasiswa Sebagai Usaha Mempersiapkan Diri Memasuki Dunia Kerja. *Psychology Journal of Mental Health*, 2(2), 24–34. <https://doi.org/10.32539/pjmh.v2i2.34>
- Pujiono, A., Kanafi, K., & Farida, M. (2022). Media Sosial sebagai Sumber Belajar bagi Generasi Z. *Regula Fidei: Jurnal Pendidikan Agama Kristen*, 7(2), 252–262. <https://doi.org/10.33541/rfidei.v7i2.80>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Satria, R. A., Suharyono, & Alfisyahr, R. (2017). Pengaruh terpaan media sosial instagram dan perceived value terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Adiministrasi Bisnis*, 50(2), 210–216.
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, July, 1–6.
- Siska, Hadisaputra, Nelly Saputri, Hajaratul Aswad, & Isda Lestari. (2025). Rian Fahardhi Sebagai Role Model Generasi Z Analisis: Konten Inspiratif di Instagram @rian.fahardhi. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 450–460. <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i2.287>
- Song, Y. A., Lee, S. Y., & Kim, Y. (2019). Does mindset matter for using social networking sites?:

understanding motivations for and uses of Instagram with growth versus fixed mindset. *International Journal of Advertising*, 38(6), 886–904. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1637614>

- Srihastuti, E., & Wulandari, F. (2021). Urgensi Growth Mindset Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Di Masa Pandemi Covid 19. *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 12(2), 157–165. <https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v12i2.431>
- Sulistiyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor – Faktor Relationship Management. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.987>
- Tsai, W. H. S., & Men, L. R. (2017). Consumer engagement with brands on social network sites: A cross-cultural comparison of China and the USA. *Journal of Marketing Communications*, 23(1), 2–21. <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.942678>
2024. Deretan Fitur Terbaru Instagram Maret 2024, Apa Saja? [Online]. Sosiakita Brand. Surabaya. <https://sosiakita.com/fitur-terbaru-instagram-2024/>. [Diakses pada: 3 Maret 2025].
2024. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. [Online]. APJII. DKI Jakarta. <https://apjii.or.id/Berita/d/Apjii-Jumlah-PenggunaInternet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>. [Diakses pada: 27 Februari 2025].
2024. *DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*. [Online]. We Are Social. Jakarta. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. [Diakses pada: 27 Februari 2025].