

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI REMAJA DALAM GAYA BERPAKAIAN
(Studi Korelasional pada *followers* Instagram @aquinaldoadrian)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi
Penyiaran



oleh
Muhammad Rohman
NIM 1901999

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI REMAJA DALAM GAYA BERPAKAIAN
(Studi Korelasional pada *followers* Instagram @aquinaldoadrian)**

oleh

Muhammad Rohman

NIM 1901999

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si.

NIP 196201271988031001

Pembimbing II,



Dr. Welsi Damayanti, M.Pd.

NIP 198212222009122001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP 198507172014041001

LEMBAR PERSEMBAHAN

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI REMAJA DALAM GAYA BERPAKAIAN
(Studi Korelasional pada *followers* Instagram @aquinaldoadrian)**

oleh
Muhammad Rohman
NIM 1901999

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhammad Rohman 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini saya mengatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya berpakaian** (*Studi Korelasional pada followers Instagram @aquinaldoadrian*)” adalah benar-benar murni karya dan hasil pemikiran saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku di dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau saksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Rohman

NIM 1901999

ABSTRAK

Rohman, Muhammad (2023). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya berpakaian (Studi Korelasional pada followers Instagram @aquinaldoadrian)*

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh terpaan konten Instagram @aquinaldoadrian terhadap kepercayaan diri remaja dalam gaya berpakaian. Di masa remaja yang penuh perubahan, kepercayaan diri memainkan peran vital dalam pengembangan kepribadian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terpaan konten media sosial, khususnya gaya berpakaian di akun @aquinaldoadrian, memengaruhi kepercayaan diri remaja. Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif menggunakan sampel yang melibatkan pengikut akun Instagram tersebut. Data diambil melalui survei online yang mencakup frekuensi, durasi, dan atensi, serta kepercayaan diri remaja dalam berpakaian. Hasil penelitian menunjukkan : kesatu, frekuensi terpaan tidak signifikan terhadap kepercayaan diri. Kedua, durasi dan atensi terhadap konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri remaja dalam gaya berpakaian. Ketiga, ini menyoroti pengaruh positif konten Instagram @aquinaldoadrian terhadap kepercayaan diri remaja. Keempat, Remaja cenderung mudah terpengaruh oleh konten media sosial yang relevan dengan kepribadian dan gaya hidup mereka. Kelima, Studi ini memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana terpaan media sosial dapat memengaruhi aspek psikologis remaja, khususnya dalam hal kepercayaan diri dalam berpakaian. Kesimpulannya, terpaan konten Instagram @aquinaldoadrian memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan diri remaja dalam gaya berpakaian, terutama melalui durasi dan atensi yang tinggi terhadap konten tersebut. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami pengaruh media sosial pada perkembangan remaja dan menggarisbawahi pentingnya konten yang relevan dengan kepercayaan diri dalam gaya berpakaian.

Kata Kunci: Terpaan Media, Instagram, Kepercayaan Diri, Gaya Berpakaian, Remaja, Media Sosial.

ABSTRACT

Rohman, Muhammad (2023). *The Influence of Social Media Content on Instagram on Adolescents' Self-Confidence in Dressing Style*
(A Correlational Study on Instagram followers @aquinaldoadrian)

This study explores the impact of exposure to content on Instagram account @aquinaldoadrian on the self-confidence of adolescents in their dressing style. In the phase of adolescence, marked by transitions and challenges, self-confidence plays a pivotal role in personality development. The research delves into how exposure to social media content, particularly dressing styles on the @aquinaldoadrian account, influences the self-confidence of adolescents. A correlational method was employed, with the sample involving followers of the Instagram account. Data was gathered through an online survey covering the frequency, duration, and attention to content, as well as adolescents' self-confidence in dressing styles. The analysis results indicate that the frequency of exposure does not significantly affect self-confidence. However, the duration and attention to the content have a positive and significant impact on adolescents' self-confidence in dressing styles. The study highlights the positive impact of content on Instagram account @aquinaldoadrian on adolescents' self-confidence. Adolescents tend to be influenced by social media content that aligns with their personality and lifestyle. This research offers deeper insights into how social media exposure can influence adolescents' psychological aspects, particularly in terms of self-confidence in dressing styles. In conclusion, exposure to content on Instagram account @aquinaldoadrian has a positive influence on adolescents' self-confidence in dressing styles, primarily through extended duration and high attention to the content. This study contributes to understanding the influence of social media on adolescent development and underscores the significance of content relevant to self-confidence in dressing styles.

Keywords: Media Exposure, Instagram, Self-Confidence, Dressing Style, Adolescents, Social Media.

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur, penulis ingin mengucapkan puji kepada Allah SWT dan mengirimkan salawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan ridha-Nya, skripsi dengan judul "Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya Berpakaian (Studi Korelasional pada Followers Instagram @aquinaldoadrian)" dapat diselesaikan.

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab I membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Bab II membahas kajian teori yang mencakup teori-teori yang relevan dengan tema penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. Bab III membahas metodologi penelitian yang meliputi desain penelitian, lokasi, waktu, partisipan, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, instrumen, teknik pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, operasional variabel, pengujian instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Bab IV membahas hasil dan pembahasan yang meliputi deskripsi subjek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif tanggapan responden, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian. Bab V adalah penutup yang berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi dari hasil penelitian.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mengakui adanya potensi kesalahan atau kekurangan. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan nyata dalam bidang Ilmu Komunikasi serta bermanfaat bagi semua pihak yang terkait. Selain itu, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan solusi terhadap isu-isu yang diangkat dalam penelitian ini.

Bandung, Agustus 2023



Muhammad Rohman

NIM 1901999

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penyusunan skripsi “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya berpakaian (Studi Korelasional pada *followers* Instagram @aquinaldoadrian)” Dalam proses penyusunan skripsi berjudul "Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @aquinaldoadrian Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya Berpakaian (Studi Korelasional pada *followers* Instagram @aquinaldoadrian)," penulis menghadapi berbagai hambatan dan tantangan yang mengakibatkan kemungkinan terdapat keterbatasan, baik dalam hal pengetahuan maupun pengalaman penulis. Penulis sangat menghargai kritik dan saran sebagai masukan berharga untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang terlibat, termasuk:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan Ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) periode 2020-2025 beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) beserta jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi (IKOM) beserta jajarannya.
5. Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu bersedia meluangkan waktu, mengarahkan, dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan bijaksana. Masukan dan motivasinya sangat berarti bagi penulis.
6. Dr. Welsi Damayanti, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, dan motivasi dalam menulis selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen serta staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan banyak sekali ilmu, pengalaman, dan kenangan yang tidak akan terlupakan selama perkuliahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

8. Ibu, Bapak, Adik, serta seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan moral, materi, serta doa yang tidak pernah putus kepada penulis selama menjalani perkuliahan sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan penulis dari Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, akang-teteh Angkatan 2012-2018, dan adik tingkat Angkatan 2020-2022.
10. Responden *followers* instagram @aquinaldo adrian yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penelitian ini dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dalam membantu penyusunan skripsi ini.

Semua amal baik dan bantuan yang telah diberikan selama ini sangat berarti untuk penulis. Semoga semua ketulusan dan kebaikan yang telah penulis terima bisa diberikan balasan yang jauh lebih baik oleh Allah SWT dan pahala yang berlipat-lipat ganda. ‘Aamiin yaa rabbal ‘aalamiin.

Bandung, Agustus 2023

Muhammad Rohman
NIM 1901999

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Terpaan Media Sosial	10
2.2 Gaya Berpakaian	13
2.3 New Media	14
2.4 Media Sosial Instagram	15
2.5 Kepercayaan Diri.....	16
2.6 Teori Jarum Hipodermik	18
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19
2.8 Kerangka Berfikir.....	30
2.9 Kerangka Teoretis	31
2.10 Paradigma Penelitian.....	32
2.11 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34

3.2	Metode dan Pendekatan Penelitian.....	35
3.3	Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian	36
3.4	Objek dan Subjek Penelitian	36
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.6	Instrumen Penelitian.....	39
3.7	Teknik Pengumpulan Data	40
3.8	Teknik Pengolahan Data.....	40
3.9	Teknik Penganalisaan Data	41
3.10	Definsi Operasional.....	41
3.11	Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.12	Teknik Analisis Data	50
3.13	Uji Asumsi Klasik	51
3.14	Uji Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Profil Responden	55
4.2	Karakter Responden	55
4.3	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	57
4.4	Uji Asumsi Klasik	84
4.5	Uji Hipotesis.....	88
4.6	Pembahasan	94
BAB V PENUTUP.....		97
5.1	Simpulan.....	97
5.2	Implikasi.....	98
5.3	Rekomendasi	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Telepon Genggam, Akses Internet, dan Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia	3
<i>Gambar 1.2</i>	<i>Konten Gaya berpakaian Akun Instagram @aquinaldoadrian.....</i>	<i>5</i>
<i>Gambar 2. 1</i>	<i>Data Pengguna Sosial Media di Indonesia</i>	<i>15</i>
Gambar 3. 1	Hubungan Antar Variabel.....	35
Gambar 3. 2	Akun Instagram @aquinaldoadrian.....	37
Gambar 4. 1	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Perbandingan Penelitian Catherine M. Daters. (1990) dan Peneliti	19
Tabel 2. 2	Perbandingan Penelitian Riani Mudiawati; Siti Mar'atus S; Sri Nur A; Syifa Nurhayati Z; Iwan Ridwan Yusup.dan Peneliti.....	21
Tabel 2. 3	Perbandingan Penelitian Jung-Hwan Kim; Sharron J. Lennon. (2007) dan Peneliti	24
Tabel 2. 4	Perbandingan Penelitian Siti Nabilah Isa; Sharmira Azwa Badran. (2017). dan Peneliti	25
Tabel 2. 5	Perbandingan Penelitian Usha Chowdhary dan Peneliti	26
Tabel 2. 6	Perbandingan Penelitian Rachel Granatino, M.B.A.; Diana L. Haytko, Ph.D. dan Peneliti	27
Tabel 2. 8	Kerangka Berfikir.....	31
Tabel 3. 1	Skala Pengukuran	40
Tabel 3. 2	Operasional Variabel	42
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 3. 4	Rumus Alpha Cronbach	49
Tabel 3. 5	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 3. 6	Tabel Kategori Distribusi Frekuensi	51
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 3	Kategori Distribusi Frekuensi.....	57
Tabel 4. 4	Kriteria Kategori Distribusi Frekuensi	58
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4. 6	Skor rata-rata, standar deviasi, dan interval variabel Terhadap Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	61

Tabel 4. 7	Hasil kategorisasi skor untuk variabel Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	62
Tabel 4. 8	Hasil Rekapitulasi variabel variabel Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian (n=100).....	62
Tabel 4. 9	Skor rata-rata, standar deviasi, dan interval sub-variabel frekuensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	68
Tabel 4. 10	Hasil kategorisasi skor untuk sub-variabel frekuensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	68
Tabel 4. 11	Hasil Rekapitulasi sub-variabel frekuensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian (n=100).....	69
Tabel 4. 12	Skor rata-rata, standar deviasi, dan interval sub-variabel durasi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian	71
Tabel 4. 13	Hasil kategorisasi skor untuk sub-variabel durasi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	71
Tabel 4. 14	Hasil Rekapitulasi sub-variabel durasi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian (n=100).....	72
Tabel 4. 15	Skor rata-rata, standar deviasi, dan interval sub-variabel atensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian	74
Tabel 4. 16	Hasil kategorisasi skor untuk sub-variabel atensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian.....	74
Tabel 4. 17	Hasil Rekapitulasi sub-variabel atensi Terpaan Konten Instagram @aquinaldoadrian (n=100).....	75
Tabel 4. 18	Skor rata-rata, standar deviasi, dan interval variabel Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya Berpakaian	79
Tabel 4. 19	Hasil kategorisasi skor untuk variabel Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya Berpakaian.....	79
Tabel 4. 20	Rekapitulasi variabel Kepercayaan Diri Remaja Dalam Gaya Berpakaian (n=100)	80

		xv
Tabel 4. 21	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
Tabel 4. 22	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	85
Tabel 4. 23	Hasil Uji Multikolinearitas VIF.....	86
Tabel 4. 24	Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser.....	87
Tabel 4. 25	Uji Korelasi	88
Tabel 4. 26	Hasil Uji Korelasi.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Data Responden	109
Lampiran 3 Data Validitas dan Reliabilitas	114
Lampiran 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	116
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	122
Lampiran 6 Uji Hipotesis	123
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	125
Lampiran 8 Sk Dosen Pembimbing Skripsi.....	125

DAFTAR PUSTAKA

- Acuti Diletta, Valentina Mazzoli, Raffaele Donvito & Priscilla Chan (2018) *An instagram content analysis for city branding in London and Florence*, *Journal of Global Gaya berpakaian Marketing*, 9:3, 185-204, DOI: 10.1080/20932685.2018.1463859.
- Amalia, A., & Suwatno, S.c (2019). Komunikasi interpersonal guru sebagai determinan efektivitas pembelajaran siswa kelas x administrasi perkantoran di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran (JPManper)*, 4(1), 8-16.
- Annenberg Media Exposure Research Group (2008) *Linking Measures of Media Exposure to Sexual Cognitions and Behaviors: A Review, Communication Methods and Measures*, 2:1-2, 23-42, DOI: 10.1080/19312450802063180.
- Aini, N., & Nanda, S. E. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “ Gadget in ” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Jurnal Ciptura*, 9(2), 43–50. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>.
- Angelis, B.D. (2006). *Confidence: Percaya Diri Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta: Gramedia.
- Annenberg Media Exposure Research Group (2008) *Linking Measures of Media Exposure to Sexual Cognitions and Behaviors: A Review, Communication Methods and Measures*, 2:1-2, 23-42, DOI: 10.1080/19312450802063180.
- Anthony, R. 1992. *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri*. Penerj. Rita W. Jakarta : Rajawali.
- Ardianto, E., & Komala, L. (2004). *Komunikasi massa: suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro et al. (2011) *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*”. Cetakan ke-1, Mei 2011. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Barnard, M. 2011. *Gaya berpakaian Sebagai Komunikasi*, terj. Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara. Yogyakarta : Jalasutra.
- Brilliandita, A., & Putrianti, F. G. (2015). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswi Psikologi Ust Yogyakarta. *SPIRITS*, 5(2), 45–49. <https://doi.org/10.30738/spirits.v5i2.1065>.
- Bryant, J., Zillmann, D., & Oliver, M. B. (2002). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Taylor & Francis.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. Routledge.

- Corrigan-Brown, C., & Wilkes, R. (2014) *Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation*. The Social Science Journal. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sosci.2014.03.009>.
- Elvinaro, A. & Erdinaya, L.K. (2004). Komunikasi Massa Suatu Pengantar Simbiosis Rekatama Media.
- Elvinaro, A. (2014). Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media.
- Febbyana Deka Cahya. (2018) Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Berkunjung Konsumen (Studi Kuantitatif mengenai Pengaruh Kandungan Pesan Foto, Gaya Komunikasi, dan Kualitas Informasi pada akun Instagram Klinik Kopi terhadap Minat Berkunjung Konsumen ke Klinik Kopi di Yogyakarta Tahun 2017). Surakarta. Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sebelas Maret.
- Fishbein Martin & Hornik Robert (2008) *Measuring Media Exposure: An Introduction to the Special Issue, Communication Methods and Measures*, 2:1-2, 1-5, DOI: 10.1080/19312450802095943.
- Fitri, E., Zola, N., & Irdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 4(1), 1. <https://doi.org/10.29210/02017182>.
- Ghufroon, M. N., & Risnawita, R., 2017. Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta : ArRuzz Media.
- Ghufroon, N., & Risnawita, R. (2017). Teori-Teori Psikologi (R. Kusumaningratri (ed.); Edisi Kedu). Ar-Ruzz Media.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hamer A.H., E.A. Konijn, X.S. Plaisier, M.G. Keijer, L.C. Krabbendam, B.J. Bushman, (2017) *The Content-based Media Exposure Scale (C-ME): Development and Validation, Computers in Human Behavior*. Volume 72, 2017, Pages 549-557, ISSN 0747-5632, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.050>.
- Hendaraningrum, R., & Susilo, E. M. (2008). Gaya berpakaian dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. Ilmu Komunikasi, 6(2), 25–32. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>.
- Hendraningrum, R., & Susilo, M., E. 2008. Gaya berpakaian dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2.

- Hurlock, E.B. (1991). Psikologi Perkembangan. Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Alih Bahasa Istiwidayanti. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ifdil, I., Denich, U. A., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 107–113.
- Jordan Amy, Nicole Trentacoste , Vani Henderson , Jennifer Manganello & Martin Fishbein (2007) Measuring the Time Teens Spend with Media: Challenges and Opportunities, *Media Psychology*, 9:1, 19-41, DOI: 10.1080/15213260709336801
- Kadeni, & Sriyani, N. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>.
- Kevin, Dionisius, dan Sari, Wulan Purnama. (2018). Pengaruh Terpaan Media *Online* Terhadap *Brand Image* Kini Capsule. Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 291 – 297.
- Lee Susanna & Kim Eunice (2020) *Influencer marketing on Instagram: How sponsorship disclosure, influencer credibility, and brand credibility impact the effectiveness of Instagram promotional post*. *Journal of Global Gaya berpakaian Marketing*, 11:3, 232-249.
- Malahayati. (2010). Super Teens: Jadi Remaja Luar Biasa dengan 1 Kebiasaan Efektif. Yogyakarta: Gedung Galang press Center.
- Maulana Putra, Y. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @ Ta _ Feb) the Effect of Social Media Twitter Usage To Fulfillment of Information Needs of Final Assignment (Survey To Followers of. 2(1), 148– 155. Persada.
- Pranoto, W., & Mahardayani, H., I. 2010. Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Gaya berpakaian Bermerek ditinjau dari Kepercayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, Vol. 1, No. 1.
- Slater MD. (2004) *Operationalizing and Analyzing Exposure: The Foundation of Media Effects Research*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2004;81(1):168-183. doi:10.1177/107769900408100112.
- Suwatno, S. (2004). Kontribusi Komunikasi dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Guru di SMU Kota Bandung. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 3(1).
- Suwatno, (2017). Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung : Sembiosa Rekatama Media.

- Suwatno (2018). *Komunikasi Organisasi Kontemporer*. Bandung : Sembiosa Rakatama Media.
- Suwatno (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Suwatno. (2019). *Komunikasi Bisnis* (C. Suryadi, Edi. Furqon (ed.); 1st ed.). Salemba Empat.
- Suwatno. "Aku Viral Maka Aku Ada" www.mediaindonesia.com. Diakses pada Kamis 9 Juni 2022. <https://mediaindonesia.com/opini/497968/aku-viral-maka-aku-ada>.
- Solis Brian (2011) *ENGAGE! The Complete Guide for BRANDS and BUSINESSES to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Suryabrata, Sumadi. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo
- Trisnawati, T. Y. (2011). Gaya berpakaian sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>.
- Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). Pemaknaan Terhadap Gaya berpakaian Style Remaja di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 8(3).
- Walgito, B. (2010). *Bimbingan dan Konseling (Studi dan Karir)* (R. Fiva (ed.); Edisi Ket). Andi.