

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aliya, H. (2020, Desember 10). *Marketing*. Retrieved from Glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-YouTube-stories-adalah/#.YpiyeKhBw2w>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ardilla, F., & Herdiana, I. (2013). Penerimaan Diri pada Narapidana Wanita. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1-7.
- Armstrong, C. G., Delia, E. B., & Giardina, M. D. (2014). Embracing the Social in Social Media: An Analysis of the Social Media Marketing Strategies of the Los Angeles Kings. *SAGE Journals*, 145-165.
- Azizah, S. (2021). Peran Social Media Marketing Gabag Indonesia dalam Mempertahankan Brand Equity pada Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 173-183.
- Center For Public Mental Health. (2020, September 29). Literasi Kesehatan Mental di Masyarakat, Apa Urgensinya? *Artikel Ilmiah Populer*.
- Çizmeçi, F., & Ercan, T. (2015). The Effect of Digital Marketing Communication Tools in the Creation Brand Awareness By Housing Companies. *Megaron Journal*, 149-161.
- Clyne, G. (2019). *Social Media Marketing Mastery (2 Manuscripts In 1)*. New York : Amazon Publishing.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California : SAGE Publications, Inc.
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. *Istighna*, 116-133.
- Dyokta, N. A. (2020). PROFESI GURU SEJARAH ANTARA TANTANGAN DAN PELUANG MENJADI GURU MILENIAL DI ERA 4.0. *Khazanah: Jurnal Edukasi*, 115-125.
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repeat Purchase Pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 53-68.

- Febriyani, C. (2021, Juni 18). *IPTEK*. Retrieved from industry.co.id: <https://www.industry.co.id/read/87510/selama-pandemi-pengguna-internet-di-indonesia-tumbuh-155-persen>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Sage Journals*, 117-140.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ginting, R. V., & al., e. (2021). Literasi Digital Sebagai Wujud Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pasopati*, 118-122.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hardani, & al, e. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2391-2399.
- Herman, A. (2021, July 20). How Gen Z is driving the future of retail. New York, Washington, United States of America.
- Humas Indonesia . (2020, Oktober 17). Konten Humanis Lebih Mampu Menarik Audiens.
- Jatengdaily.com. (2020, November 15). Insecure Remaja dan Media Sosial.
- Karimi, S., & Naghibi, H. s. (2015). Social Media Marketing (SMM) Strategies for Small to Medium Enterprises (SMES). *International Journal of Information* , 86-98.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kusmarni, Y. (2012). Studi Kasus. *UGM Jurnal Edu UGM Press*.
- Kusumawardhani, D. D., & Mamesah, M. (2020). Gambaran Penerimaan Diri Siswa Yang Mengalami Perceraian Orang Tua. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 138-149.
- McPheat, S. (2011). *Content Marketing*. United Kingdom: The Internet Marketing Academy.

- Mishell Natalya Latuheru, I. (2017). APLIKASI TRAVELOKA SEBAGAI BENTUK KONSTRUKSI SOSIAL TEKNOLOGI MEDIA BARU. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 46-57.
- Misrawati, D., Mariyam, R. R., & Deviana, D. (2018). Dampak Adiksi Media Sosial terhadap Penerimaan Diri dan Kelekatan dalam Relasi Sosial (Adult Attachment). *Biopsikososial*, 1-18.
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., Ilavarasan, P. V., & Baabdullah, A. M. (2019). Facebook usage and mental health: An empirical study of role of non-directional social comparisons in the UK. *International Journal of Information Management*, 53-62.
- Novianty, D., & Prastya, D. (2021, February 15). *Suara.com: Tekno*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/YouTube-rajai-media-sosial-di-indonesia>
- Oktifa, N. (2022, Januari). *Kenali Karakteristik Gen Z, Ternyata Tidak Hanya Mahir Teknologi*. Retrieved from akupintar.id: <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/karakteristik-gen-z-tidak-hanya-mahir-teknologi>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Permatasari, V., & Gamayanti, W. (2016). Gambaran Penerimaan Diri (Self-Acceptance) pada Orang yang Mengalami Skizofrenia. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 139-152.
- Prameswari, V., & Khoirunnisa, R. N. (2020). Penerimaan Diri Pada Perempuan Korban Pelecehan Seksual Yang Dilakukan Oleh Keluarga. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 62-78.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World. *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*, 21-24.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rastati, R. (2018). MEDIA LITERASI BAGI DIGITAL NATIVES. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 60-73.
- Riyanto, G. P. (2021, Juli 23). *Kompas Tekno*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/07/23/13571087/YouTube-shorts-meluncur-di-indonesia-begini-cara-pakainya>

- Samosir, F. T. (2018). Efektivitas YouTube sebagai Media Pembelajaran. *Record and Library Journal*, 81-91.
- Saputra, D. I., Handani, S. W., & Rosdiana, F. (2017). Membangun Channel Live Streaming YouTube Sebagai Alternatif Media Promosi Perguruan Tinggi. *CITISEE*, 116-120.
- Satu Persen. (2022). *Tentang Kami: Satu Persen*. Retrieved from satupersen.net: <https://satupersen.net/about>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Grasindo.
- Suara.com. (2020, Desember 13). *Tekno: Suara.com*. Retrieved from suara.com: <https://www.suara.com/teknologi/2020/12/13/151144/pengertian-bonus-demografi-manfaat-hingga-dampaknya?page=all>
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*.
- Sturiene, U. (2019). Internet Marketing Tools. *Vilnius University Press*, 67-74.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- The Jakarta Post. (2021, Januari 30). *Health*. Retrieved from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/life/2021/01/29/menjadi-manusia-breaks-the-mental-health-taboo.html>
- Uswah Hasanati, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2391-2399.
- Wahyuni, G. A., & Wilani, N. M. (2019). HUBUNGAN ANTARA KOMPARASI SOSIAL DENGAN CITRA TUBUH PADA. *Jurnal Psikologi Udayana*, 176-185.
- Wardhani, D. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Waters, S. (2021, August 5). The path to self-acceptance, paved through daily practice.
- Yayasan Al Ma'soem Bandung. (2021, Oktober 21). Rasa Insecure Pada Remaja Masa Kini Dan Cara Mengatasinya. Bandung.