

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad Z.** (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Abisono, F. Q.** (2023, Mei). *Fenomena aplikasi kencan: Identitas baru demi pasangan baru*. CFDS Fisipol UGM. <https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/id/2023/05/29/fenomena-aplikasi-kencan-identitas-baru-demi-pasangan-baru/>
- Ade, S.** (2021, 19 Juni). *57 persen pengguna internet di Indonesia adalah generasi milenial*. IndoBaliNews. <https://indobalinews.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-882083209/57-persen-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-generasi-milenial>
- Adinda, K.** (2023). Flexing di Instagram: Antara narsisisme dan benefit. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 68–88. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1787/1076>
- Agnes.** (2022, 22 Januari). *Miliki lebih dari 400 karyawan, Raffi Ahmad jelaskan posisinya di RANS Entertainment: PNS, pegawai Nagita Slavina*. Wiken Grid ID. <https://wiken.grid.id/read/393107726/miliki-lebih-dari-400-karyawan-raffi-ahmad-jelaskan-posisinya-di-rans-entertainment-pns-pegawai-nagita-slavina?page=all>
- Aisyah, N.** (2024, 31 Maret). *Anak dijadikan konten termasuk eksploitasi atau tidak? Pakar Unair bilang begini*. Detik.com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7270498/anak-dijadikan-konten-termasuk-eksploitasi-atau-tidak-pakar-unair-bilang-begini>
- Akbar, M. R., & Irwansyah.** (2019). Kemudahan atau kapitalisme berkedok amal? Kajian netnografi pada website amal Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 108-118. <https://media.neliti.com/media/publications/488036-none-7cae71d4.pdf>
- Andreas, R.** (2019). Instagram dalam perspektif masyarakat tontonan “Gejayaan memanggil”. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 47-50. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/2259/602>
- Ardhika, M. B.** (2023). *Analisis konten Youtube Fitra Eri “Mencoba Charger Terkuat Di Indonesia” sebagai pembuktian mobil listrik praktis (Studi persepsi pada audiens konten Youtube Fitra Eri)* [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Bakrie, Jakarta, Indonesia.
- Artanti, A. A.** (2024, 20 Juni). *Perusahaan Raffi Ahmad dan Gigi disiapkan untuk IPO*. Medcom.id. <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/ybJ0xA6K-perusahaan-raffi-ahmad-dan-gigi-disiapkan-untuk-ipo>

- Ashadu.** (2023). *Konsep kebahagiaan autentik menurut Bertrand Russell* [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Palu, Indonesia.
- Asnanti, M. M. D. P.** (2021). *Penataan wisatawan di tengah pandemi Covid-19 oleh Badan Pengelolaan Kawasan Kota Lama (Bpk2l) di kawasan Kota Lama Semarang* [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, Indonesia.
- Azizi, M. A.** (2023). Konsep technological determinism dalam penelitian komunikasi dan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia. *Universal Grace Journal*, 1(1), 34-41. <https://ejournal.ypcb.or.id/index.php/ugc/article/view/1>
- Azzahra, J.** (2021). *Panjat sosial dalam media sosial Instagram (Studi fenomenologi pada nano influencer di Instagram)* [Skripsi sarjana diterbitkan]. Universitas Lampung, Lampung, Indonesia.
- Azzanela, L. A., & Sartika, R. E. A.** (2019, 21 November). *Fenomena artis pamer kekayaan di media sosial, kok netizen menikmati?*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/21/074516865/fenomena-artis-pamer-kekayaan-di-media-sosial-kok-netizen-menikmati?page=all>
- Bahri, H., Masriadi, K., Kamaruddin, & Andyna, C.** (2022). Pelatihan konten kreator untuk meningkatkan pendapatan generasi milenial di Desa Lancang Garam, Kecamatan Banda Bakti, Kota Lhokseumawe. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 11-16. <https://journal.lps2h.com/academica/article/view/19>
- Bakti, I. S., Anismar, & Amin, K.** (2020). Pamer kemewahan: Kajian teori konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK*, 14(1), 81-96. [https://www.researchgate.net/publication/345461755\\_Pamer\\_Kemewahan\\_Kajian\\_Teor\\_i\\_Konsumsi\\_Thorstein\\_Veblen](https://www.researchgate.net/publication/345461755_Pamer_Kemewahan_Kajian_Teor_i_Konsumsi_Thorstein_Veblen)
- Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi.** (2019). Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK*, 13(2), 157-163. [https://www.researchgate.net/publication/343102896\\_Konsumerisme\\_dalam\\_Perspekti\\_f\\_Jean\\_Baudrillard](https://www.researchgate.net/publication/343102896_Konsumerisme_dalam_Perspekti_f_Jean_Baudrillard)
- Basworo, B. B.** (2022, 26 Juli). *12 macam ideologi di dunia serta pengertiannya, simak lebih jauh*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5024674/12-macam-ideologi-di-dunia-serta-pengertiannya-simak-lebih-jauh?page=6>
- Batubara, UN., Siregar, R. & Siregar, N** (2021). Liberalisme John Locke dan Pengaruhnya dalam Tatanan Kehidupan. *Jurnal Education and development Institut Pendidikan*

*Tapanuli Selatan*, 9 (4), 485.

<https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3189/2060>

**Baudrillard, JP.** (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana.

**Budiarti, NF., Riandhita, A. & Tally, NA** (2022). Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi pada Aplikasi Tiktok dan YouTube. *Prosiding Seminar Nasional* (1).

<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/104>

**Cecariyani, SA.& Sukendro, GG** (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Jurnal Prologia*, 2(2), 495-501.

[https://www.researchgate.net/publication/333726499 Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana](https://www.researchgate.net/publication/333726499_Analisis_Strategi_Kreatif_dan_Tujuan_Konten_Youtube_Studi_Kasus_Konten_prank_Yudist_Ardhana)

**Creswell, JW.** (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.

**Darmadi, H.** (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.

**Debord, G.** (2006). *Society of the Spectacle*. Aldgate Press.

**Denzim, NK., & Lincoln, YS** (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Publikasi SAGE

**Dewojati, C.** (2022). *Wacana Hedonisme Dalam Sastra Populer Indonesia*. Pustaka Pelajar.

**Djalal, T. Adam, A. & Kamaruddin SA** (2022). Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 3 (2), 158. <https://ojs.unm.ac.id/ijses/article/view/43263>

**Dwi, C** (2022, 06 Januari). *Tajir Melintir! Tapi Ada Bisnis Raffi Ahmad yang Bangkrut*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220106085118-17-305042/tajir-melintir-tapi-ada-bisnis-raffi-ahmad-yang-bangkrut>

**Dwinanda, R., Mabruroh. & Susilawati, D** (2020, 22 September). *Eksploitasi Anak Demi Konten Media Sosial, Awas Dipenjara!*. Republika.co.id. <https://ameera.republika.co.id/berita/qh21d6414/eksploitasi-anak-demi-konten-media-sosial-awas-dipenjara>

**Dzulfaroh, AN & Nugroho, RS** (2022, 15 Februari). *Apa itu Flexing? Ramai Disebut di Media Sosial Tujuannya?*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/15/130000765/apa-itu-flexing-ramai-disebut-di-media-sosial-dan-apa-tujuannya-?page=all>

- Fadli, R** (2023, 25 April). *Bahaya Flexing bagi kesehatan mental yang kerap kali diabaikan*. Halodoc.com. <https://www.halodoc.com/artikel/bahaya-flexing-bagi-kesehatan-mental-yang-kerap-diabaikan-3>
- Fahriyani, S., Harmaningsih, D. & Yunarti, S** (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter untuk Mitigasi Bencana di Indonesia. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4(2), 56-64. <https://journals.upi-yai.ac.id/plugins/generic/pdfJsViewer/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Fjournals.upi-yai.ac.id%2Findex.php%2Fikraith-humaniora%2Farticle%2Fdownload%2F556%2F408%2F>
- Faiqah, F., Nadjib, M. Amir, AB** (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 260 -264. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905>
- Fatimah, S. & Putri, OMP** (2023). *Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1204 - 1206. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6824>
- Fauziah, N** (2023). *Flexing dalam Masyarakat Tontonan: Dari Tabu menjadi Sebuah Strategi*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 4(1), 62 – 74. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/article/view/2024>
- Febriani, GA** (2021, 23 Juli). *Banyak Orang Donasi Sambil Bikin Konten, Ini Kata Psikolog*. Wolipop Detik.com. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5653597/banyak-orang-donasi-sambil-bikin-konten-ini-kata-psikolog>
- Filantropi Indonesia** (2021, 15 Juni). *Indonesia Kembali Jadi Negara Paling Dermawan Di Dunia*. Filantropi.or.id. <https://filantropi.or.id/indonesia-kembali-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia/>
- Firstiyanti, AH** (2023). Analisis Fenomena Flexing Pada Video Sultan Medan Beli Mobil Listrik Tesla Jam 3 Pagi!! #MURAHBANGET di Kanal Youtube Indra Kenz. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 168 – 174. <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/view/776>
- Ghony, MD. & Almanshur, F.** (2020). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Gushevinalti** (2010). Telaah Kritis Perspektif Jean Baudrilard Pada Perilaku Hedonisme Remaja. *Jurnal IDEA FISIPOL UMB*, 4(15), 45 – 59. <https://repository.unib.ac.id/7283/1/idea%20vol%204.pdf>

- Hafan, AM** (2023). *Analisis Fenomena Flexing di Sosial Media Pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.
- Hamdani** (2015). Sosiologi Uang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Studi Islam dan Sosial by Al-Mabsut*, 9 (1), <https://ejournal.iaingawi.ac.id/index.php/almabsut/article/view/260>
- Hardani., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, UV., Istiqomah, RR., Fardani, RA., Sukmana, DJ. & Auliyah, NH.** (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.
- Harsana, M. & Triwidayati, M** (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.i.Yogyajarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga*, 15 (1) <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472/14853>
- Hartanti, S** (2016). Efektifitas *Endorsment* pada Media Sosial Instagram pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 43-50. <https://media.neliti.com/media/publications/234339-efektifitas-endorsment-pada-media-sosial-c2e0cdb0.pdf>
- Hasriyani, E** (2021). Perilaku Generasi Milenial Terhadap Minat Pada Makanan Tradisional Di Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), 68-79. <https://ejurnal.poltekparmedan.ac.id/index.php/jiapm/article/view/105/90>
- Helensiana, N. & Pramonojati, TA** (2019). Budaya Lebaran di Indonesia dalam Masyarakat Tontonan. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4811-4812. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/152521/budaya-lebaran-di-indonesia-dalam-masyarakat-tontonan-analisis-semiotika-roland-barthes-pada-iklan-ramayana-versi-kerenlahirbatin-di-youtube-.html>
- Hendry** (2023, 13 Oktober). *Survei: 24 Persen Waktu Gen Z Indonesia Digunakan Untuk Nonton Youtube, 90 Persen Suka Fitur Video Singkat*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5422244/survei-24-persen-waktu-gen-z-indonesia-digunakan-untuk-nonton-youtube-90-persen-suka-fitur-video-singkat?page=4>
- Hoed, BH.** (2011). *Semiotik & Dinamis Sosial Budaya*. Komunitas Bambu.
- Ida, R.** (2014). *Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Group.
- Idris, M** (2022, 06 November). *Mengenal Hedonisme: Definisi, Ciri, Contoh dan Dampaknya*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/03/06/115413726/mengenal-hedonisme-definisi-ciri-contoh-dan-dampaknya?page=all>

- Idris, M** (2023, 22 Februari). *Gaya Hidup Mewah Anak PNS Pajak Disentil Sri Mulyani, Berapa Gaji Bapaknya?*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2023/02/22/174132826/gaya-hidup-mewah-anak-pns-pajak-disentil-sri-mulyani-berapa-gaji-bapaknya?page=all>
- IndraKenz** [@IndraKenz]. (2020, 18 September). *Akhirnya umur 24 tahun beli rumah impian 3 miliar cash!!*. Youtube. [https://menginput.youtube.com/watch?v=x\\_dmoPuYd0M&t=548s](https://menginput.youtube.com/watch?v=x_dmoPuYd0M&t=548s)
- IndraKenz** [@IndraKenz]. (2020, 18 September). *Akhirnya umur 24 tahun beli rumah impian 3 miliar cash!!*. Youtube. [https://menginput.youtube.com/watch?v=x\\_dmoPuYd0M&t=548s](https://menginput.youtube.com/watch?v=x_dmoPuYd0M&t=548s)
- IndraKenz** [@IndraKenz]. (2021, 02 Maret). *Unboxing jam tangan Patek Philippe 1,5 miliar!!*. Youtube. <https://menginput.youtube.com/watch?v=BZbIw3DAix0&t=236s>
- IndraKenz** [@IndraKenz]. (2021, 02 Maret). *Unboxing jam tangan Patek Philippe 1,5 miliar!!*. Youtube. <https://menginput.youtube.com/watch?v=BZbIw3DAix0&t=236s>
- Ismail, M** (2019). Hedonisme dan Pola Hidup Islam. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makassar*, 16 (2), 45. <https://digilib.unila.ac.id/60278/3/FULL%20SKRIPSI%20TANPA%20LAMPIRAN%20-%20Eka%20Ristu.pdf>
- Janati, F. & Pangerang, AMK** (2020, 30 Oktober). *Raffi Ahmad Sukses dengan Rans Entertainment, Ternyata Berawal dari Rafathar*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/30/124445166/raffi-ahmad-sukses-dengan-rans-entertainment-ternyata-berawal-dari-rafathar>
- Jannah, R. & Hidayat, NA** (2022). Pertanggungjawaban Pidana Bagi Orang Tua Pelaku Eksploitasi Anak untuk Konten Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Hukum*, 8(2), 22- 27. <https://yustisia.unmermadiun.ac.id/index.php/yustisia/article/view/153/117>
- Ketrin. & Naan** (2019). Social Climber Dalam Perspektif Psikologi Barat Dan Tasawuf Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Jurnal UINSGD*, 3(2), 131-132. <https://etheses.uinsgd.ac.id/22815/1/Social%20Climber.pdf>
- Khayati, N., Apriliyanti, D., Sudiana, VN., Setiawan, A. & Pramono, D.** (2022). Fenomena *Flexing* di Media Sosial Sebagai Ajang Pengajuan Kelas Sosial dengan Kajian Fungsionalisme Structural. *Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan (Jurnal Sosialisasi)*. 9 (2). 113. <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543/17021>

- Khayati, N.,** Apriliyanti, D., Sudiana, VN., Setiawan, A. & Pramono, D (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9(2), 113 – 120. <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543>
- Khazanah** (2021, 18 November). *Bersedekah untuk Kondem Media Sosial, Apa Hukumnya*. Republika.id. <https://www.republika.id/posts/22315/bersedekah-untuk-konten-media-sosial-apa-hukumnya>
- Komara, E., Syaodih, E. & Andriani, R** (2022). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Refika Aditama.
- Kristeva, NSS.** (2010). *Sejarah Ideologi Dunia*. Eye on The Revolution Press.
- Kurniawan, Z., Hadi, IP. & Angela C** (2013). Representasi Patriarki dalam Film Red Sparrow. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1), 5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10121>
- Kusuma, AI** (2021, 11 April). *Kritik Atta-Aurel, Sisca Kohl Hingga Raffi Ahmad yang Pamer Kemewahan, Netizen Nilai Ade Armando Iri*. KompasTV. <https://www.kompas.tv/entertainment/163392/kritik-atta-aurel-sisca-kohl-hingga-raffi-ahmad-yang-pamer-kemewahan-netizen-nilai-ade-armando-iri?page=all>
- Larasati, NA., Nomaini, F. & Bafadhal, OM** (2019). Hegemoni Kecantikan: Wacana Kecantikan dalam Konten Beauty Vlogger Tasya Farasya di Youtube. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 1(2), 70 – 76. <http://kaghas.ejournal.unsri.ac.id/index.php/kaghas/article/view/11/15>
- Mahardika, RAD. & Aji GG** (2023). Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Konten Berbagi Pada Akun Tiktok @IBEN\_MA. *Jurnal Commercium*, 7(2), 162 – 168. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/56328>
- Mahyuddin** (2017). *Social Climber dan Budaya pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*. *Jurnal Kajian Islam Interdisiplinier*, 2(2),117 - 133 . <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pasca/jkii/article/view/1086>
- Marandika, DF** (2018). *Keterasingan Manusia Menurut Karl Marx*. *Jurnal TSAWAFAH*, 14 (2),300-301. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/tsaqafah/article/view/2642/1589>
- Mardiah, A** (2022). Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam. *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1(1), 311. <https://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/239>

- Maulana, R. & Puspadarmadja, N** (2023). Pengaruh Konten Vlog YouTube Rans Entertainment terhadap Persepsi Penonton pada Brand *Luxury*. *Bandung conference Series: Journalism*, 3(3), 363-373. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSJ/article/view/9649>
- Meiliska, NA** (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Youtuber Menjadikan YouTube sebagai Pendapatan (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*. [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung, Indonesia.
- Meliana, MD., Hartanto., Diantono, AF., Giferi, LG. & Adiana, ME.** Urgensi Perlindungan Hukum Terhadap Eksploitasi Anak Dibawah Umur (Melalui Media Sosial). *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(3), 385-396. <https://jurnalku.org/index.php/jolas/article/view/793>
- Milagsita, A** (2024, 23 April). *Mengenal Humble Bragging, Istilah Kekinian Merendah untuk Meroket*. Detik.com. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7306836/mengenal-humble-bragging-istilah-kekinian-merendah-untuk-meroket>
- Naserm, M** (2021). *Peran Youtube Sebagai Wadah Konten Kreator Musik Di Fakultas Seni Dan Desain Univetrstias Negeri Makassar*. [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia.
- Nurdyansa** (2022, 08 Juli). *Biografi Raffi Ahmad, Perjalanan Hidup Selebriti Berjuluk “ Sultan” Di Indoensia*. Biografiku.com. <https://www.biografiku.com/biografi-raffi-ahmad/>
- Nursaniyah, F** (2022, 04 Maret). *Artis Pamer Harta di Medsos, Adakah Manfaatnya?*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2022/03/04/173234466/artis-pamer-harta-di-medsos-adakah-manfaatnya?page=all>
- Oki, VAP** (2016). *Representasi Anak Perempuan di Sinetron TV (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Sinetron Anak Jalanan RCTI Episode 289-290 dan 298-299)*. [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Bakrie, Jakarta, Indonesia.
- Pakpahan, R. & Yoesgiantoro, D.** (2023). Analysis Of The Influence Of Flexing In Social Media On Community Life. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 7(1), 174 – 177. <file:///Users/macbookair/Downloads/1093-1-3110-3-10-20230704.pdf>
- Pamugarwati, A. & Pangerang, AMK** (2020,03 Februari). *Profil Raffi Ahmad, Presenter Kondang Multitalenta*. Kompas.com.



<https://entertainment.kompas.com/read/2020/02/03/151846410/profil-raffi-ahmad-presenter-kondang-multitalenta>

- Pane, MDC** (2021, 16 Desember). *Humblebrag, Perilaku Merendah untuk Meroket*. Alodokter.com. <https://www.alodokter.com/humblebrag-perilaku-merendah-untuk-meroket>.
- Panggabean, AD** (2024, 29 Mei). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. Rri.co.id. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Paramesti, EM., Alamiyah, SS. & Cahyani, FY** (2021). Trend Peralihan Artis Televisi Menjadi YouTube Content Creator. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 139 -150. <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/JIK/article/view/383>
- Pasaribu, DS** (2024, 20 Juni). *Tren Membuat Konten Viral: Dampak dan Pertimbangan Jangka Panjang*. Rri.co.id. <https://www.rri.co.id/hiburan/767835/tren-membuat-konten-viral-dampak-dan-pertimbangan-jangka-panjang>
- Pohan, S., Munawwarah, P. Sinuraya, JSB** (2023). Fenomena *Flexing* Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 490-493. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/851>
- Pohan, S., Munawwarah. & Sinuraya, JSB.** (2023). Fenomena *Flexing* di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 490-491. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/851/792>
- Politton, M** (2021, 03 November). *Daftar 10 Media Sosial yang Paling Diminati di Indonesia*. Popbela.com. <https://www.popbela.com/career/inspiration/mariana-politton/daftar-media-sosial-yang-paling-diminati-di-indonesia>
- Prastowo, A.** (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Prastya, D** (2023, 06 Desember). *Revisi UU ITE Paksa Platform Lindungi Anak Indonesia di Internet*. Suara.com. <https://www.suara.com/tekno/2023/12/06/160800/revisi-uu-ite-paksa-platform-lindungi-anak-indonesia-di-internet>
- Pratiwi, CPA. & Ediyono, S** (2023). Perspektif Psikologi Mengenai Hedonisme Korelasi Antara Kehidupan Hedonisme Menurut Pandangan Filsafat dengan Perkembangan

- Mental Masyarakat Indonesia Menuju Indonesia Emas Tahun 2045. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*. <https://www.researchgate.net/profile/Cahyaning-Amelia-Pratiwi>
- Pratiwi, CS.** (2022). Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital. *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(1), 56 – 57. <https://jisab.iaiq.ac.id/index.php/kpi/article/view/16/14>
- Purwasih, JHG. & Pratiwi, SS.** (2022). *Sosiologi*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
- Rahayu, S** (2022). *Flexing* sebagai Komunikasi Simbolik pada Judul Konten “Ah Official Youtube Channel”. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(2), 71-80. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana/article/view/3423>
- Rani, PS** (2024). *Fenomena Flexing di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang)*. Universitas Andalas, Padang, Indonesia.
- RansEntertainment** (2022, 13 September). *Nagita Boyong Cipung ke Amerika tanpa ncus, di perjalanan bermasalah tim ga bisa check in*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=BIK59MfYfZU&t=228s>
- RansEntertainment** (2023, 01 Juni). *Cipung Ajak Nct Dojaejung Makan Baso Digarasi! Nct Dojaejung Salfok Liat Koleksi Mewah Raffi Nagita*. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=87C9FM\\_zyBg](https://www.youtube.com/watch?v=87C9FM_zyBg)
- RansEntertainment** (2023, 05 Juni). *Rumah Andara Jadi Destinasi Bintang Dunia Berkunjung! Giliran Alan Walker Datang Kerumah Raffi Nagita!*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HNwaPOBG550>
- RansEntertainment** (2023, 14 Mei). *Cipung Tak Berkedip Liat Mobil Baru Raffi Dating!! Langsung Ikut Cobain Mobil Baru Keliling Andara!!*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SHpvUVvY82E>
- RansEntertainment** (2023, 26 September). *Mimpi Apa!! Tiba-Tiba Alan Walker Datang Ke Andara Cuma Mau Ngajak Raffi Nagita Bikin Lagu?!Semua Kaget!*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=8VHfSE0nQJY>
- Rantung, RC. & Pangerang, AMK** (2020, 28 April). *Raffi Bongkar Kiat Sukses di YouTube bersama RANS Entertainment*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/04/28/123900066/raffi-ahmad-bongkar-kiat-sukses-di-youtube-bersama-rans-entertainment?page=all>

- Razaq, A., Islahuddin. & Khakim, A** (2022). Komodifikasi Konten Berbagi Uang Dalam Akun YouTube Baim Paula. *Jurnal Al-Hikmah*, 20(1), 1-20.  
<https://alhikmah.uinkhas.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/80>
- Revianti, I dan Waluyo, LS.** (2019). Pertukaran Sosial dalam *Online Dating* (Studi Pada Pengguna *Tinder* di Indonesia). *Jurnal Informatika*, 1(15), 21.  
<https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/informatik/article/view/1122>
- Rizaty, MA** (2023, 03 Februari). *Penggunaan Internet Di Indonesia Sentuh 212 Juta Pada 2023*. Data Indonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Rohmah, S. & Fitri, AN** (2023). The Social Climber Phenomenon As A Lifestyle For Indonesian Society. *Jurnal Komunika*, 6(1), 67 – 78.  
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/komunika/article/view/12215/pdf>
- Rusadi, U.** (2015). *Kajian Media Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Kharisma Putra Utama Offset.
- Sabran, A** (2018, 22 Januari). *Raffi Ahmad: Jadi Youtuber Kita Tetap Sopan*. Wartakota.tribun.com. <https://wartakota.tribunnews.com/2018/01/22/raffi-ahmad-jadi-youtuber-kita-tetap-sopan>
- Sair, A** (2022, 31 Maret). *Flexing dalam Masyarakat Kelimpahruahan*. Detik.com. <https://news.detik.com/kolom/d-6009373/flexing-dalam-masyarakat-kelimpahruahan>
- Salim, MP** (2022, 19 September). *Pansos Adalah Panjat Sosial, Ketahui Arti dan Asal Istilahnya*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5073924/pansos-adalah-panjat-sosial-ketahui-arti-dan-asal-istilahnya>
- Salim, MP** (2022, 29 Agustus). *Flexing Adalah Kebiasaan Pamer di Medsos, Ketahui Pengertian dan Bahayanya*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5054959/flexing-adalah-kebiasaan-pamer-di-medsos-ketahui-pengertian-dan-bahayanya?page=5>
- Sandria, F** (2021, 28 Desember). *Tajir Melintir, Raffi Ahmad Cuan Rp 11M/Bulan dari YouTube*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211228104807-17-302572/tajir-melintir-raffi-ahmad-cuan-rp-11-m-bulan-dari-youtube>
- Saputro, JS** (2023, 12 Juni). *Mengapa Terjebak Gaya Hidup Hedonisme*. Djkn.kemenkeu.go.id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-rsk/baca-artikel/16189/Mengapa-Terjebak-Gaya-Hidup-Hedonisme.html>

- Sari, RP. & Kistyarini,** (2020, 05 Oktober). *Bikin Banyak Orang Iri, Ternyata Begini Perasaan Rafathar.* Kompas.com.  
<https://www.kompas.com/hype/read/2020/10/05/083904566/bikin-banyak-orang-iri-ternyata-begini-perasaan-rafathar?amp=1&page=1>
- Sasmita, HS** (2023, 04 Mei). *Alasan Fenomena Flexing di Media Sosial Marak Terjadi.* Kompas.com. <https://katanetizen.kompas.com/read/2023/05/04/175039285/alasan-fenomena-flexing-di-media-sosial-marak-terjadi?page=all>.
- Saukko, P.** (2003). *Doing Research in Cultural Studies.* Theneaum Press, Gateshead
- Sayang,AD. & Rahardjo, T** (2018). Perilaku Humblebrag Sebagai Penyajian Diri Di Media Sosial Instagram (Studi Semiotika Pada Akun Media Sosial Instagram). *Jurnal Interaksi Online,* 6(4), 3-4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21616>
- Sespiani, KA** (2022). Eksistensialisme Rafathar dalam Praktik Sharenting pada Media Sosial Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi,* 6(1), 50-58.  
<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/2315/2001>
- Setiadi, A** (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Ektivitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika,* 16(2).  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>
- Setianingsih, ES.** (2018). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar,* 8(2) 140-145.  
<https://journal.upgris.ac.id/index.php/malihpeddas/article/view/2844/pdf>
- Sezer, O., Gino, F. & Norton, MI** (2015). *Humblebragging: A Distinct and Ineffective self Presentation Strategy.* *Journal of Personality and Social Psychology,* 114(1), 2-49.  
[https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/15-080\\_97293623-53aa-4df8-b967-38617e144fd9.pdf](https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/15-080_97293623-53aa-4df8-b967-38617e144fd9.pdf)
- Sobur, A.** (2009). *Semiotika Kominikasi.* PT. Remaja Rosdakarya.
- Sofiyanti, N** (2022). Relasi keintiman pada media luar ruang sebagai komoditas masyarakat tontonan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual,* 22(2). <http://docplayer.info/229631121-Relasi-keintiman-pada-media-luar-ruang-sebagai-komoditas-masyarakat-tontonan.html>
- Sugito., Sairun, A., Pratama, I.& Azzahra, I.** (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk dan Perkembangan Usaha).* Universitas Medan Area Press.
- Sugiyono** (2007). *Statistika untuk Penelitian.* Alfabeta. Bandung.

- Sukardi, M** (2021, 16 Oktober). *Baim Wong Kerap Bikin Konten Bagi-Bagi Uang, Ternyata Ini Dampak Psikologisnya*. Okezone.com. <https://www.okezone.com/tren/read/2021/10/16/620/2487302/baim-wong-kerap-bikin-konten-bagi-bagi-uang-ternyata-ini-dampak-psikologisnya>
- Sulastri, MS., Nisa, IZ., Utama, GP. & Qalban, AA** (2023). *Flexing sebagai Komunikasi Simbolik Pada Judul/Thumbnail di “Rans Entertainment Youtube Channel”*. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 3(1), 23-29. <https://merdekaindonesia.com/index.php/MerdekaIndonesiaJournalInternati/article/view/42/37>
- Suratnoaji, C., Nurhadi. & Chandrasari, Y.** (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Sasanti Institute.
- Syahputra, E** (2022, 22 Februari). *Intip Gurita bisnis Raffi ahmad, sumber cuan selain ‘ngartis’*. CNBCIndonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220222141603-33-317345/intip-gurita-bisnis-raffi-ahmad-sumber-cuan-selain-ngartis>
- Triani, RA** (2021). Urgensi Sikap Dermawan Menurut Hadis. *Jurnal Riset Agama*, 1(1), 120. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jra/article/viewFile/14366/6155>
- Trivedi, H. & Srinivas, V** (2019). *When Bragging, Be Modest: The Art of Humblebragging*. *The International Journal of Indian Psychology*, 7(1), 276 – 280. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qTyPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA276&dq=humble+bragging+&ots=yKkbKeXzhC&sig=zyRFtDGRAOeWnskumQ4tqUiKpLg&redir\\_esc=#v=onepage&q=humble%20bragging&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qTyPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA276&dq=humble+bragging+&ots=yKkbKeXzhC&sig=zyRFtDGRAOeWnskumQ4tqUiKpLg&redir_esc=#v=onepage&q=humble%20bragging&f=false)
- Ulya, H** (2019). Komodifikasi Pekerja pada Youtuber Pemula dan *Underrated* (Studi Kasus YouTube Indonesia). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1-12. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/24023>
- Unair News** (2024, 19 April). *Industri Kuliner sebagai Warisan Budaya Indonesia*. Unair.ac.id. <https://unair.ac.id/industri-kuliner-sebagai-warisan-budaya-indonesia/>
- Utami, SN** (2023, 27 Januari). *Jenis-jenis Media Sosial dan Contohnya*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/27/150000469/jenis-jenis-media-sosial-dan-contohnya?page=all>
- Vera, N.** (2022). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Kharisma Putra Utama Offset.

- Wardhani, ADP** (2022). *Fenomena Humblebragging di Facebook (Studi Kasus Grup Fate/Grand Order NA (Indonesia))*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia.
- Wibowo, ISW.** (2013). *Semiotika Komunikasi (Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi)*. Mitra Wacana Media
- Wijaya, SDM** (2014). *Analisis Pengambilan Keputusan Belanja Wanita Indonesia Terhadap Barang Mewah dan Barang Umum*. [Skripsi sarjana tidak diterbitkan]. Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, Indonesia.
- Windyaningrum, R., Nurulita, A., Aziz, HA. & Nurfaizy, R.** (2022). Analisis Isi Pesan *Flexing* pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz. *Indonesian Journal of Social and Education*. 1 (1), 8 – 9. <https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ijse/article/view/162/70>
- Wiransani, MCYA. & Kusuma, A** (2023). Penerimaan Audiens Terhadap *Flexing* Pada Video “*Flexing 2.0: Gelombang Disrupsi Keluarga Pejabat*”. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(6), 2987 – 2994. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/11956/7342>
- Wiryany, D. & Pratami, TV** (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi dan Desain*, 2(2), 25- 30. <http://repository.unibi.ac.id/171/1/KEKUATAN%20MEDIA%20BARU%20YOUTUBE%20DALAM%20MEMBENTUK%20BUDAYA.pdf>
- Wisely, G** (2024, 08 Mei). *Pengelola Panti Asuhan yang Eksploitasi Anak di Medan Divonis 5 Tahun Penjara*. Detik.com. <https://www.detik.com/sumut/hukum-dan-kriminal/d-7331854/pengelola-panti-asuhan-yang-eksploitasi-anak-di-medan-divonis-5-tahun-penjara>
- Wuragil, Z** (2023, 04 Februari). *Cara Menggunakan Social Blade untuk Cek Penghasilan YouTuber*. Tempo.co. <https://tekno.tempo.co/read/1687471/cara-menggunakan-social-blade-untuk-cek-penghasilan-youtuber>
- Zahida, C. & Hapsari, SA.** (2023). Representasi *Flexing* Dalam Konten YouTube Rans Entertainment (Semiotika Model Roland Barthes Dalam Video “Nagita Bales Bikin Raffi Nangis??!! Raffi Kaget Dikirimin Kado Dari Nagita...”). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 105 - 117. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/28886/8826>

**Zulfikar, M. & Azzahra, NA** (2022). Pancasila dan Ideologi Dunia. *Jurnal Constitutional and Administrative Law Review*, 1(1), 2 – 7.  
<https://scientium.co.id/journals/index.php/calr/article/view/280/329>