

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Fauzi, M. A., & Nuraeni, R. (2017). Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna Ootd Styledi Instagram (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Pengguna Foto OOTD Di Akun @Ootdupi). *Jurnal Liski*, 3(2), 61–80.
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2019). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46.
- Handayani, V. (2017). Hubungan Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan Dengan Partisipasi Politik Dalam Pemberian Suara Pada Pilkada Serentak Tahun 2015 Di Desa Mamahak Besar Kecamatan Long Bagun Kabupaten Mahakam Ulu. *Ejournal Pemerintahan Integratif*, 5(4), 491.
- Hapsari, A. B., & Sukardani, P. S. (2018). Representasi Konsep Kecantikan Perempuan Di Era Millennials Melalui Beauty Influencer Pada Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @ Sarahayuh _, @ Abellyc , Dan Ayustin Budi Hapsari Abstrak. *Commercium*, 2(2), 59–62.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *CommuniVerse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/Cmv.V5i2.1278>
- Larashati, N., Utari, P., Luh, N., Purnawan, R., Made, N., & Amanda, R. (2020). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Twitter Terhadap Kepekaan Sosial Remaja Di Kota Denpasar (Studi Pada Utas “ Twitter Please Do Your Magic ”)*.
- Liberty Jemadu | Dicky Prastya. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta Per 2022*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=1>
- M.Ds, F. Y. (2018). Makna Cantik Dalam Iklan Magnificent Meaning In Advertising. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25124/Liski.V4i1.1192>
- Morissan, Wardhani, A. C., & U, F. H. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (A. C. Wardhani & F. H. U (Eds.)). Ghalia Indonesia.
- Muskanan, A. D., Tjahyana, L. J., & Aritonang, A. I. (2019). Motif Dan Kepuasan Followers Dalam Mengikuti Akun @Ayutingting92 Di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1–11.
- Mustofa, M. (2019). Peran Hastag (#) Dalam Social Media Sebagai Upaya

- Branding Pustakawan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 19.
<https://doi.org/10.21043/Libraria.V7i1.4970>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Sisteknologi*.
- Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) Di Media Sosial Instagram Motive Of Existence In Hashtag Usage (#OOTD) In Sosial Media Instagram. *Promedia*, 2, 252–273.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/The-Messenger/article/view/270>
- Setiyaningsih, L. A. (2017). Korelasi Terpaan Media Kie (Komunikasi, Informasi Dan Edukasi) Penanggulangan Hiv Dan Aids Dengan Tingkat Pengetahuan Pekerja Seks Perempuan (Studi Kasus Pekerja Seks Perempuan Kabupaten Malang). *Jurnal Nomosleca*, 3(1), 551–567.
<https://doi.org/10.26905/Nomosleca.V3i1.1484>
- Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 6(1), 86–95.
<https://doi.org/10.47028/J.Risenologi.2021.61.155>
- Siallagan, S. T., Danta, E., & Ginting, J. (2020). *The Role Of Self-Confidence On The Intention To Buy Zara Fashion Products Among Teenagers Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Intensi Remaja Membeli Produk Fashion*. 15(7).
- Sofia Maulida. (2020). *Preferensi Pelanggan Online Shop Instagram Berdasarkan Konten Akun @Martapura_Bengkeng*.
 File:///C:/Users/Asus/Downloads/ARTIKEL%2520SOFIA%2520MAULIDA.Pdf
- Sri Kartini. (2009). *Krisis Percaya Diri Dan Solusinya*. Aneka Ilmu.
- Sugiyono. (2020). Metode Peneitian Kualitatif. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(1), 9.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif* (P. Latipah (Ed.)). Pt. Remaja Rosdakarya.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- Utami, P. H., Made, N., Amanda, R., Agung, I. G., & Suryawati, A. (2020). *Pengaruh Penggunaan # Skincareviral Di Video Tiktok Terhadap Minat Beli Skincare Bagi Pengguna Tiktok Di Denpasar*. 1–8.
- Wibisono, G. (2019). Media Baru Dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial ‘Good News From Indonesia’ Terhadap Perilaku Nasionalisme. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2), 560.
<https://doi.org/10.22146/Studipemudaugm.39264>