DAFTAR PUSTAKA

Abd Rasyid, S., Cinu, S., Wijaya, N., Sinala, A., Uja, S. K., & Riskan, A. (2024). Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako). Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(4), 8887-8901.

Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. Media International Australia, 161(1), 86-100.

Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. Jurnal komunikasi, 14(2), 135-148.

Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 3(2), 92-99.

Aristantya, E. K., & Helmi, A. F. (2019). Citra tubuh pada remaja pengguna instagram. Gadja h Mada Journal of Psychology (GamaJoP), 5(2), 114-128.

Arjuna, B., Mulyadi, B. S., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Ardana, R. A. Z., ... & Khaerani, S. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES. Jurnal Potensial, 3(1), 117-127.

Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. Jurnal Teknik ITS, 10(2), A438-A443.

Azizah, R., Ananda, R. S., & Faristiana, A. R. (2023). Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan. Student Scientific Creativity Journal, 1(4), 399-414.

Basir, N. S. D., Tsalatsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram. In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) (Vol. 1, pp. 566-575).

Benko, J. (2022). TikTok's unrealistic beauty standards and how they damage us. Dikutip dari https://brignews.com/2022/04/25/tiktoks-unrealistic-beauty-standards-and-how-they-damage-us/

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative research in psychology, 3(2), 77-101.

Fakih, F. I. N., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2021). Pembentukan Personal Branding@ jharnabhagwani Sebagai Beauty Influencer Melalui Tiktok. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi MEDIUM, 1(1), 18-29.

Fatmawati, T. Y., & Nur, F. A. (2023). Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwan. Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 15(1), 118-133.

Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. Adolescent research review, 7(3), 419-458.

Fitriani, A., & Purnomo, J. T. (2023). Body Image pada Remaja Putri yang Menggunakan Media Sosial TikTok. Proyeksi, 18(2), 213-225.

Fortuna, C. D. H. (2022). Tiktok as social media marketing and the impact on purchase decisions. Marketing Management Studies, 2(2), 180-190.

Hariri, F. R., & Rochim, L. W. (2022). Sistem rekomendasi produk aplikasi marketplace berdasarkan karakteristik pembeli menggunakan metode user based collaborative filtering. Teknika, 11(3), 208-217.

Hayati, C. S., & Sudradjat, R. H. (2022). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable. SEIKO: Journal of Management & Business, 4(3), 415-426.

Heriyanto, H. (2018). Thematic analysis sebagai metode menganalisa data untuk penelitian kualitatif. Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 2(3), 317-324.

Honestya, G., & Veri, J. (2024). Systematic Literature Review: Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan. Digital Transformation Technology, 4(1), 523-531.

Kristanto, Y. D., & Padmi, R. S. (2020). Analisis data kualitatif: penerapan analisis jejaring untuk analisis tematik yang cepat, transparan, dan teliti.

Kriyantono, R. (2022). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi Kedua. Prenada Media.

Luzar, L. C. (2015). Teori Konstruksi Realitas Sosial. Dikutip dari https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/

Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif (Revisi). Bandung: PT remaja rosdakarya, 102-107.

Najmah., Adelliani, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). Analisis Tematik pada Penelitian Kualitatif. Penerbit Salemba.

Prasetyo, A. A. (2022). Disrupsi Perpustakaan Sebagai Ruang Publik: Membedah Pemikiran Jurgen Habermas dan Ruang Publik Digital. Jurnal Filsafat Indonesia, 5(3), 213-218

Ramadhani, H., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer

Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2(4), 703-717.

Rana, Z. (2021). Fake reality: Women portrayal in beauty product advertisements of Pakistani private channels. Jurnal Sosiologi Reflektif, 16(1), 53-72.

Rizaty, M. A., (2024). Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia pada 2024. Dikutip dari https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-2024

Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam, 1(1).

Saraswati, L. A. (2017). Putih: warna kulit, ras, dan kecantikan di Indonesia transnasional. Marjin Kiri.

Singh, S. (2024). How Many People Use Social Media (2024 Statistics). Dikutip dari https://www.demandsage.com/social-media-users/

Sun, Y. (2023). Beauty in RED: How Social Media Influencers Construct Aesthetic Norms of Chinese Women.

Tambunan, R. J., Hutabarat, A. R., Santoso, Y., & Sari, Y. (2024). KONSTRUKSI IDENTITAS DAN KECANTIKAN MELALUI TEKNOLOGI FILTER MANIPULASI WAJAH PADA INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL ROLAND BARTHES). Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi, 2(2), 197-220.

Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, S. R., Yusup, M., Inderawati , R., & Muqoddam, F. (2022). Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan). IAIN Madura Press.

Utami, A. A. D., Hikmawati, A. K., & Sunaryo, F. (2023). AN INDONESIAN BEAUTY STORY: HOW COLLEGE WOMEN IN INDONESIA

REPRESENT BEAUTY, BODY IMAGE, AND SOCIAL MEDIA. Jurnal Darma Agung, 31(4), 782-792.

Wahyudi, M. Z. (2024). Media Sosial Memperkuat dan Menyeragamkan Standar Kecantikan. Dikutip dari https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/08/01/media-sosial-memperkuat-dan-menyeragamkan-standar-kecantikan

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). Jurnal The Messenger, 3(2), 6 9-74.

Wijaya, S. A., & Iman, T. R. (2023). Pandangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Terkait Simbol Dalam Standar Kecantikan. Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial, 1(3), 86-101.

Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 17(1), 98-111.

Xie, Z. (2024). The Influence of Social Media on Perception of Body Image and Beauty Standards on Young People. Transactions on Social Science, Education and Humanities Research, 5, 143-148.