

DAFTAR PUSTAKA

- A, Wibowo. "Teori Kesan Pertama Terhadap Pesan Visual Poster Kampanye" 7, no. 1 (2023).
- A, Yoedo. "Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, no. 2 (n.d.): 112=125.
- Anggelina, Daniella. "Motif Gen Z Mengkonsumsi Konten Makeup Beauty Influencer Di Media Sosial: Pendekatan Teori Kegunaan Dan Gratifikasi." *Universitas Tarumanagara* 10, no. 2 (n.d.): 80–95.
- Anggraeni, Desi. "Pengaruh Live Streaming TikTok Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Camille Beauty." *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Manajemen* 9, no. 3 (2024): 1–10.
- Anggraini, Rini. "Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang." *Universitas Negeri Semarang* 12, no. 1 (2023): 15–29.
- Anisa, Putri. "Strategi Personal Branding Beauty Enthusiast Dalam Membangun Citra Di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Dan Media Digital* 8, no. 2 (n.d.): 112–17.
- Anjani Nurdin, dkk, Aulia. "Pengaruh Negatif Standar Kecantikan Dalam Media Sosial Terhadap Citra Diri Remaja Perempuan." *Kultura* 2, no. 7 (2024): 366–72.
- Asch, S. E. "Forming Impressions of Personality." *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 41, no. 3 (July 1946): 258–90. <https://doi.org/10.1037/h0055756>.
- Astuti, Dwi. "Penerapan Video Tutorial *Makeup* Pada Pelatihan *Makeup* Foto Casual Di CV. Indo Creative Entertainment." *Universitas Negeri Surabaya* 6, no. 1 (n.d.): 46–65.
- Aulia, Siska. "Persepsi Interpersonal Yang Terjadi Akibat Media Sosial Di Era Digital." *Universitas Muhammadiyah Jakarta* 2, no. Persepsi (n.d.): 45.
- Ayu, Dian. "The Impact of First Impressions and Social Perception on Digital Content." *Jurnal Psikologi Sosial Dan Media Digital* 5, no. 2 (n.d.): 112–15.
- Azizah, dkk, Lukita. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia." *Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)* 10, no. 2 (2021): 438–42.

- Baskoro, Fajar. *Media Sosial Untuk Remaja*. CV Widina Media Utama, 2023.
- Bilqis, Safira. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.
- DAPODIK. “SMA WH 2 TAMAN,” n.d.
<https://dapo.dikdasmen.go.id/sekolah/CE4DD0CF8FE14D792D0B>.
- Dyah, Shiefti. *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Media Sosial*. Media Sosial. Vol. 1. Media Sosial 1. Jakarta: Kencana, 2023.
- Fahira, Ghissany. “Studi Fenomenologi Perkembangan Beauty Enthusiast Di Media Sosial.” Skripsi / Tesis, Universitas Islam Riau, 2022.
- Fatikh, M. Alfin and Fajri Irwan Muhammad. “Pengaruh Tiktok Terhadap Trend Fashion Pada Mahasiswa Di Mojokerto.” *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5, no. 2 (December 26, 2024): 211–20. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1098>.
- Fauzi, Ahmad. “Understanding TikTok: The Rise of Short-Form Video Content and Its Impact on Youth Engagement.” *Universitas Indonesia* 14, no. 1 (2024): 23–38.
- G, Fahira. “Studi Fenomenologi Perkembangan Beauty Enthusiast Di Media Sosial.” *Universitas Islam Riau*, 2022, 26–33.
- Hafidh, dkk, Muhammad. “Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Wadah Aktualisasi Diri Remaja Kota Balikpapan.” *Balikpapan* 1, no. TikTok (n.d.): 26.
- Hashina Izzaty, Ismi, and Fitriani Nur Utami. “Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Tiktok Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Madame Gie Di Jakarta.” *Jurnal Ekonomi* 6, no. 2 (May 30, 2024): 379–85. <https://doi.org/10.36985/ygqgxs49>.
- Hidayah, Nurul. “Persepsi Interpersonal Yang Terjadi Akibat Media Sosial Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Widyakarya* 7, no. 2 (2022): 123–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz12>.
- Hidayati, Hasanah. “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Authors: Hasanah, N.; Hidayati, D.” *Jurnal Pajak Dan Bisnis* 5, no. 1 (2021): 45–52.
- Indah Lestari, Novia, Mery Ramadani, Anniba Noor Syrah, and Stevany Anggreini. “Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Makeup Pada Generasi Z.” *Sains Manajemen* 9, no. 2 (January 16, 2024): 56–72. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i2.8044>.
- (Institusi Ilmu dan Komunikasi Lintas Sains), IICLS. “Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Lainnya.” *Jurnal Edukasi Dan Riset (JER)*, n.d., 77.

- Isna Safitri, dkk, Binti. "Peranan Beauty Advisor Sebagai Daya Tarik Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik." *Universitas Negeri Surabaya* 10, no. 3 (n.d.): 154–59.
- Izza, Jasmine. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, n.d.
- Jendri, Nasrul. "Pengembangan Aplikasi Zotero Dalam Penulisan Karya Ilmiah." *Al-Ma'arif: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam* 7, no. 2 (n.d.): 105–20.
- Kusdemawati, Jeny. "Konsep Body Image Remaja Putri Penikmat Beauty Content Pada Aplikasi TikTok." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (n.d.): 591–601.
- Lestari, Dwi Nurhidayah, Nurul. "Makna Makeup Sebagai Self Healing Perempuan." *Universitas Negeri Surabaya*, n.d., 937–47.
- Lukwita, Novanda. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.
- Maghfirah aestika, Nur. "Persepsi Review Produk Makeup Melalui Beauty Di Vlogger Youtube." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (n.d.): 75–89.
- Maya Suryani, Fitria Rahmi, and Nelia Afriyeni. "PERSEPSI MAHASISWI TERHADAP BEAUTY VLOGGER DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKE-UP." *MANAJEMEN* 1, no. 2 (October 29, 2021): 167–72. <https://doi.org/10.51903/imk.v1i2.93>.
- Melia Kurniawan, Dona. "Pengaruh Beauty Influencer Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline New York (Studi Pada Penonton Video Tiktok Laura Siburian)." *Jakarta*, no. Influencer (n.d.): 25.
- Michellin, Jessy. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.
- Nayshella. Hasil wawancara Siswi, Mei 2025.
- Nurhaliza, M.Si, Siti. "Media Sosial Sebagai Sarana Interaksi Sosial Dalam Era Digital." *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga* 8, no. Media Sosial (2021): 56.
- "Pengaruh Live Streaming Tiktok Dan Online Cutomer Review Terhadap Minat Beli Produk Camille Beauty | Journal of Management and Bussines (JOMB)." Accessed April 6, 2025. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/9998>.
- "Pengguna TikTok Menurut Negara 2025," n.d. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>.

“Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Dengan Pengguna Di Instagram: Tinjauan Adidas Indonesia.” *JISPENDIORA* 31, no. 17189 (n.d.).

Perezgonzalez, Jose D. “Commentary: The Need for Bayesian Hypothesis Testing in Psychological Science.” *Frontiers in Psychology* 8 (August 23, 2017): 1434. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01434>.

Permatasari, Indah. “Pengaruh Persepsi Remaja Terhadap Makeup Dan Minat Mengikuti Tutorial Kecantikan Di Media Sosial.” *Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia* 9, no. 2 (2024): 120–35.

Prasetyo, Andi. “The Influence of Content Presentation and Individual Differences on Perception Formation in Digital Media.” *Universitas Airlangga* 9, no. 2 (2023): 112–18.

Prasetyo, Rina Wijayanti, Andi. “Understanding TikTok: Features, User Engagement, and Content Trends.” *Universitas Airlangga* 9, no. 1 (2024): 12–27.

“Profil SMA WH 2 Taman,” n.d. <https://smawh2.sch.id/smawh2/profil/>.

Putri, Anisa. “Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Identitas Dan Minat Penampilan Remaja Perempuan Di Era Digital.” *Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia* 9, no. 1 (2024): 23–38.

Putri, dkk, Maya. “Social Media, Beauty Standards, and Adolescent Well-Being: Navigating the Complexities of Self-Expression and Pressure.” *Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga* 7, no. 1 (2024): 22–38.

Putri, Elona. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.

Rahmawati, Yulia. “Pemanfaatan Media Sosial (YouTube) Yang Digunakan

Ria, Latifa. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.

S, Rahmawati. “Pengaruh Ketertarikan Dan Persepsi Terhadap Konten Kreator Di Platform Digital: Studi Berdasarkan Teori Persepsi Solomon Asch.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Digital* 8, no. 2 (n.d.): 112–25.

Safa, Tasya. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.

Salsabila, Naurah. Hasil Wawancara Siswi, Mei 2025.

Siburian, Laura. “Efektivitas Beauty Influencer TikTok Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline New York.” *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1, no. 10 (2023): 91–98.

Suparmi. Wawancara Ibu Suparmi Guru SMA WH 2 Taman, n.d.

- Surani, dkk, Maya. “Persepsi Mahasiswi Terhadap Beauty Vlogger Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Make-Up.” *Universitas Andalas*, 2, 1 (Oktober 2021): 167–72.
- Tan, Yessica. “Engaruh Konten TikTok @dr.Ziee Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Mengenai Kesehatan Kulit Wajah.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram* 4, no. 2 (2023): 18–25.
- Usrina, Nora. “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an Ar-Risalah.” *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh* 1 (n.d.): 45.
- Wafi, Kholidz Wildan, and Darisy Syafaah. “Perilaku Pencarian Informasi Beauty Vlogger Di Wilayah Kabupaten Trenggalek Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Pada Proses Pembuatan Konten Video.” *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 11, no. 1 (June 20, 2023): 35. <https://doi.org/10.18592/pk.v11i1.9474>.
- Wahyuni, sri. “Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Video Tutorial Terhadap Minat Dan Hasil Belajar Siswa.” *Urnal of Education and Information Communication Technology (JOEICT)* 3, no. 1 (n.d.): 30–36.
- Wardatul Jannah and Aminah Swarnawati. “Pengaruh Konten Instagram Dear Me Beauty Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Followers Instagram @Dearmebeauty).” *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (March 25, 2025): 44–58. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2532>.
- Wiajyanti, Rina. “The Role of Beauty Influencers in Shaping Consumer Attitudes and Preferences on Social Media.” *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga* 10, no. 1 (2024): 45–62.
- Wibowo, Dedi. “Pengaruh Konformitas Terhadap Kohesi Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Malang.” *Universitas Islam Malang* 5, no. 1 (2023): 45–60.
- Wilmanda, dkk, Gesilia. “Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok @cadburylemonade: A Critical Discourse Analysis Study.” *Kanal Umsida* 13 (2025): 75–89.
- Wulandari, Rini, and Dwi Putri. “Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Obat Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Obat Swamedikasi Di Apotik S, Tangerang Selatan.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 83–98. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8469>.