

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusssamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*: syakir Media Press.Makassar
- Abelinda, K. R., Bajari, A., & Mirawati, I. (2024). Peran Label "Tasya Farasya Approved" dan Respon Kognitif dalam Menentukan Keputusan Pembelian Brand Somethinc. *Jurnal Sosial Dan Humaniora* .
- Affasy, R. D., & Salma, A. N. (2021). PENGARUH KONTEN REVIEW BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP BRAND IMAGE KOSMETIK MADAME GIE. *e-Proceeding of Management*.
- Akbar, A. B., Hasyim, A., & Asmurti. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI GEN Z DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA. *JISDIK: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*.
- Angela, D. B., Yulia, E., & Atmanto, D. (2025). PENGARUH REVIEW BEAUTY INFLUENCER MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK SERUM VITAMIN C UNTUK KULIT WAJAH BERMINYAK. *JAMBURA*.
- Aprilia , L., Desi, Y. p., & Purono, s. (2023). Pengaruh Konten Review dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif, dan Oto Driver). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Beryl, M. (2022, 9 1). *Dukung Content Creator, TikTok Gelar Kompetisi Beauty Star on TikTok*. From Marketeers: <https://www.marketeers.com/dukung-content-creator-tiktok-gelar-kompetisi-beauty-star-on-tiktok/>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK. *Journal UIB: Universitas Internasional Batam Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *PIKMA Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*.
- Djamal , M. (2015). *PARADIGMA PENELITIAN KUALITATIF*: PUSTAKA BELAJAR.Yogyakarta
- Fadhilah, B. U., & Desriyeni. (2024). Perilaku Pencarian Informasi Produk Skincare Melalui Media. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Fiantika, F. R. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*: GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.Padang
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT). *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Haerunnisa, N, Z., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty influencer di Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam. *JKO Jurnal Komunikasi dan Organisasi* .
- Handaruwati, I., & Lyna. (2024). PENGARUH TAYANGAN VIDEO TIK TOK PRODUK PERAWATAN KULIT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL. *Jurnal Manajemen Riset dan Teknologi Universitas Karimun (JURNAL MARITIM)*.
- Haryoko , S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.Makassar
- Iqrimah, & Ani, N. (2023, 10 10). *Deretan Fitur Tiktok Terbaru yang Wajib Dicoba*. From

- Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ototekno/1071210/deretan-fitur-tiktok-terbaru-yang-wajib-dicoba>
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color". *Journal Komunikasi*.
- Morisson. (2019). *Riset Kualitatif: Prenadamedia Group*. Jakarta
- Nasafa, M. (2024). FENOMENA ENDORSE PRODUK KECANTIKAN OLEH INFLUENCER TASYA FARASYA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Jurnal Ilmial Mahasiswa (JIM)*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: PERSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA, DAN SOSIOTEKNOLOGI: Simbiosis Rekatama Media*. Bandung
- Nuraini, A., & Aulia, P. (2024). Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Up Make Over Di Kota Bandung (Studi Kasus Tasya Farasya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*.
- Octabella, D. D., Dwiyanti, S., Usodoningtya, S., & Megasari, D. S. (2021). REVIEW BEAUTY INFLUENCER DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN PRODUK KOSMETIK KECANTIKAN DI SURABAYA. *E-JOURNAL TATA RIAS*.
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Farhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia*.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasari, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video "Belanja Gak Aturan" dalam Akun TikTok @handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*.
- Rachman, M. Z., Mardani, P. B., & Christianti, M. F. (2023). Analisis Resepsi Followers TikTok Dalam Membangun Self Development Pasca Pandemi Covid 19. *GLOBAL KOMUNIKA*.
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *GLOBAL KOMUNIKA*.
- Rahma, A. A., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT KONTEMPORER. *Jurnal Komunikasi Digital dan Penyiaran Islam*.
- Ramadhanni, D. S., & Rochmaniah, A. (2024). Respon Remaja pada Tasya Farasya sebagai Media Promosi Kosmetik Wardah. *Academia Open*.
- Riyanto, A. (2024, 2 21). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. From Andi Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rohmawati, I. E., & Arfa, M. (2022). Perilaku Pencarian Informasi mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Undip dalam Aplikasi TikTok. *ANUVA*.
- Rustiawati, E., Esther, I., Anargya, L. N., Kasyfan, N. M., & Maesaroh, S. S. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS DAN RELEVANSI BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIK DI TIKTOK @TASYAFARASYA. *JAMBURA*.
- Safitri, D. A., & Rajagukguk, S. (2022). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA APLIKASI PEDULI LINDUNG DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Netnografi Komunikasi*.
- Santoso, Y. H., Tarigan, W. J., & Indrayani, E. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri*. Batam
- Shinta, D. (2023, 6 20). *Peran Digital Influencer dalam Pemasaran*. From Digination.id: <https://www.digination.id/read/019185/peran-digital-influencer-dalam-pemasaran>
- Sokowati, M. E., & Rochimah, T. H. (2023). *Memahami Khalayak Media dalam Beragam Perspektif: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)*. Yogyakarta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D: ALFABETA*. Bandung
- Sutandi, F. V., & Erdiansyah, R. (2023). Konten Review Film, Kualitas Informasi dan Minat

Menonton Film . *KONEKSI E-Journal*.

- Tarina, M., Faaroek, S. A., & Tambunan, R. M. (2023). PENGARUH PERSONAL BRANDING TASYA DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOTHER OF PEARL. *GLOBAL KOMUNIKA*.
- Tim. (2024, 9 12). *Gen Z Tak Lagi Pakai Google untuk Cari Info di Internet, Apa Gantinya?* . From CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240912103905-192-1143696/gen-z-tak-lagi-pakai-google-untuk-cari-info-di-internet-apa-gantinya>
- Tisa, M. (2023). Media Sosial Tit-Tok Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Teori Dramaturgi dan New-Media). *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies*.
- Walidin , W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*: FTK Ar-Raniry Press.Banda Aceh
- Yuliana, L., Wijarnako, A., Raharjo, A. M., Harnanilh, S., & Firdiana, M. (2022). PERANAN INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SELAMA KONDISI PANDEMI. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Yuniar, D. Z., Natalia, L., & Taufiqurahman, E. (2022). PENGARUH BEAUTY INFLUENCER DAN MEDIA INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, dan Manajemen)*.
- Zenita, B. P., & Restuti , D. P. (2024). Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement dari Influencer Muslim. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*.