

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137.
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Badriya, L., Fitriyah, N., & Sari, A. K. (2018). *PERSEPSI AUDIENS TERHADAP KECANTIKAN PEREMPUAN OLEH BEAUTY VLOGGER DI YOUTUBE (STUDI PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI FISIP UNMUL)*. 6(4), 357–371.
- Bergfeld, W. F. (1999). A lifetime of healthy skin: implications for women. *International Journal of Fertility and Women's Medicine*, 44(2), 83–95.
<http://europepmc.org/abstract/MED/10338266>
- compas.co.id. (2021). *Penjualan Serum Wajah Bulan Juni 2021 di Shopee Tembus Rp 148 Miliar! Serum Lokal Menjuarai*. 23 Juli.
<https://compas.co.id/article/penjualan-serum/>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 7(2), 77–83.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fuady, I., Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Factor Analysis That Effect University Student Perception in Untirta About Existence of Region Regulation in Serang City - Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.
- Hartanto, T. R., Tiyanto, D., & Kandyawan. (2011). *PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP IKLAN POLITIK ABURIZAL BAKRIE PADA MEDIA TELEVISI TV ONE (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie di Media Televisi TV ONE Pada Mahasiswa Komunikasi Non Reguler Universitas Sebelas Mar*. 38, 33–36.
- Hartini, S. (2016). Efektifitas Endorsment pada Media Sosial Instagram pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 234339.
- Hidajat, D. (2020). Maskne: Akne Akibat Masker. *Jurnal Kedokteran*, 9(2), 202-205.

- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2018). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 11–17.
- James. (2021). *Fantastis, Pengguna Tiktok Di Indonesia Capai 30,7 Juta*. 1 Februari. <http://mediasumutku.com/fantastis-pengguna-tiktok-di-indonesia-capai-307-juta/>
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>
- Komalasari, D. T. (2020). *Belanja Online Meningkat 400 Persen, BPKN : Masih Banyak Dikeluhkan Konsumen*. 11 Juni. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01399518/belanja-online-meningkat-400-persen-bpkn-masih-banyak-dikeluhkan-konsumen>
- Liputan6.com. (2021). *Hasil Survei: Produk Skincare Laris Manis Selama Pandemi Covid-19*. 28 Juli.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617944/hasil-survei-produk-skincare-laris-manis-selama-pandemi-covid-19>
- Meliza, M., Wanto, D., & Asha, L. (2020). Persepsi Masyarakat Sukaraja, Rejang Lebong Terhadap Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 6. Tahun 2020 Mengenai Tata Cara beribadah Saat Pandemi. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 1–17.
<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/3268>
- NAIUL, H. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan Di Perpustakaan Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Libria, VOL. 9 NO.*, 89–94.
- Nurfadhilah, S. P. (2021). *Masker Sperma Sampai Jadi Betadine, 5 Mitos Skincare Ini Dijawab Dr. Ziee*. 22 Januari.
<https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/putri-syifa-nurfadhilah/masker-sperma-sampai-betadine-mitos-kecantikan-ini-dijawab-dr-ziee/5>
- Prabowo, C. R. (2013). *Manfaat Media Online/Media Baru (New Media) dalam Era Modernisasi dan Digitalisasi*. 9 Oktober.
<https://www.kompasiana.com/www.radencyoprabowo.blogspot.com/552e25236ea834130c8b456b/manfaat-media-onlinemedia-baru-new-media-dalam-era-modernisasi-dan-digitalisasi>
- Putri Zavida, T., Studi Ekonomi, P., Ilmu Ekonomi, J., Ekonomi, F., & Rachmawati, L. (2021). *Pengaruh Endorsement Selebgram Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu*

Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 1(1), 30–38.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent>

Riani, S. M. S., & Winduwati, S. (2020). Persepsi Khalayak pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat oleh Influencer. *Koneksi*, 4(2), 274.
<https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8136>

S, A. A. (2021). Pengguna TikTok di Indonesia Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun. *Suarabogor.Id*.

Stephanie, C. (2021). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap*. 19 April. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>

Supriyatna, I. (2021). *Meski Pandemi, Bisnis Sarian Skincare Mampu Raup Omzet Rp 400 Juta*. 24 Juni.
<https://www.suara.com/bisnis/2021/06/24/155941/meski-pandemi-bisnis-sarian-skincare-mampu-raup-omzet-rp-400-juta?page=all>

Syahwani, U. (2015). STRATEGI COOPERATIVE LEARNING MODEL JIGSAW DALAM PEMBELAJARAN IPS DI KELAS IX MTs NEGERI KETAPANG. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*.
<http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/11346>

Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *E-Journal*, 5(1), 1–6.

Wardani, S. A. (2021). *TikTok Juara, Ini 10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh Q1 2021*. 04 April. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4522519/tiktok-juara-ini-10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-q1-2021>