

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, A., Pratama, P., & Narti, S. (2023). *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tik Tok*. 10(2), 775–786.
- Adriyana, L., Darumoyo, K., Perpustakaan, I., Mada, U. G., & Utara, J. T. (2018). *Persepsi followers @ perpuseru terhadap akun instagram PerpuSeru menggunakan teori decoding-encoding*. 6(2), 197–212.
- Agustina, L. (2021). *Viralitas konten di media sosial*. January 2020.
- Aji, W. N., Widya, U., Klaten, D., & Tok, A. T. (2018). *Aplikasi tik tok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra indonesia*. 431, 431–440.
- Amartha, M. R. (2023). *Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja*. 1(2), 259–270.
- Amelia, F., Yulia, F., Asali, N., Sazali, H., & Dalimunthe, M. A. (2022). *Analysis of Audience Reception Against Intercultural Communication Represented in the Film Bumi Manusia Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Komunikasi Antar Budaya yang Direpresentasikan Dalam Film Bumi Manusia*. 2(2), 165–170.
- Anartia, N. (2024). *Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram*. 2(1).
- Aprilianty, S., Nur, M., & Abdullah, A. (2023). *Volume : 9 Bulan : Februari Tahun : 2023 Konsep Beauty Privilege Membentuk Kekerasan Simbolik Volume : 9 Nomor : 1 Bulan : Februari Tahun : 2023*. 149–154. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Ayuni, Q., & Cangara, H. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan The Influence Of Digital Media Use On Sales Level Of Culinary Package Product Among Female*.
- B, S. R., Adhani, A. S., & Aini, S. N. (2023). *in the Field of Student Organizations* (Vol. 1). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-55-8>
- Barik, J., Islam, M. A., Desain, J., Surabaya, U. N., Desain, J., & Surabaya, U. N. (2022). *Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media*. 3(2), 112–124.
- Basro, I. T. (2021). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro*. 4(2).

- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Abdul, M. (2023). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z*. 5, 189–198.
- Christiani, L. C., & Iksari, P. N. (2020). *Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa*.
- Dwita, D., & Sommaliagustina, D. (2018). *Interpretasi Feminisme : Analisis Resepsi Khalayak Pekanbaru Tentang Film Feminism Interpretation : Reception Analysis Of Pekanbaru Society About ' Kartini ' Movie*. 2(2).
- Fadhilah, A., Mutia Kharisma, D., & Asyahidda, F. N. (2023). Analisis Fenomena “Beauty Privilege” Dalam Status Sosial Siswa Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung). *Journal Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha Jurusan Sejarah, Sosiologi Dan Perpustakaan*, 5, 247–253.
- Fauzi. (2022). *View of Modern Muslimah In Media\_ A Study Of Reception Analysis In "Saliha" Program On Net Tv.pdf*.
- Gustam, R. R. (2015). *Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan*. 3(2), 224–242.
- Made, N., Sukerti, S., Wayan, N., Ari, E., Putu, N., Sintya, D., Si, S., & Si, M. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Pelestarian Budaya Lokal Guna Mewujudkan Indonesia Emas*. 52–56.
- Norhabiba, F., & Ragil, A. (2018). *Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Mahasiswa Untag Surabaya*. 7(1), 8–15.
- Primantari, R., & Qintara, M. A. (2021). *Gen Z Insights : Perspective on Education*.
- Pujiono, A. (2021). *Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z*. 2(1), 1–19.
- Putu, N., Apriani, R., & Sukawati, S. (2024). *Peran Gen-Z Dalam Mempromosikan Kebudayaan Dan Kearifan Lokal Melalui Tiktok Di Tengah Kemajuan Teknologi Era Society 5.0*. 492–507.
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2017). *Ewom Pada Generasi Z Di Sosial Media*.
- Rosma, A., Aulia, D., & Siliwangi, U. (2022). *Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada*. 2(5), 131–140.
- Salsabila, A. A., Cahyani, K., Rustini, T., & Wahyuningsih, Y. (2023). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 5, 3415–3421.

- Sejati, A., & Kusuma, A. (2023). *Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pesan Budaya Pada Iklan Tokopedia*. 1–23.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*. 1.
- Su, Y., Baker, B. J., & Doyle, J. P. (2020). *Fan Engagement in 15 Seconds : Athletes ' Relationship Marketing During a Pandemic via TikTok*. 436–446.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suratnoaji, C., & Yuli, N. (2019). *Buku metode analisis media sosial berbasis big data*.
- Tan, S. (2018). *Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews . Com Dari Kalangan Mahasiswa / I Universitas Indonesia Terhadap Insiden “ Kartu Kuning ” Ketua Bem Ui*. 12(1), 62–72.
- Widaya, N., Nawi, M., Alsagoff, S. A., Osman, M. N., Widaya, N., Nawi, M., Alsagoff, S. A., & Osman, M. N. (2020). *New Media Use Among Youth In Malaysia : A Media Dependency Theory Perspective*. 17(9), 3097–3112.
- Widi, S. (2023). *TikTok Jadi Medsos Utama Gen Z untuk Cari Informasi pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi z & revolusi industri 4.0* (Issue July).
- ZAP Beauty Index. (2024). *ZAP Beauty Index 2024 & Menology Index 2024*. [https://zapclinic.com/files/ZAP\\_Beauty\\_Index\\_2024.pdf](https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf)