

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R.W.W., Poluakan, M.V., Dikaywana, D., Wibowo, H dan Rahardjo, S.T. (2019). Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2): 187 – 197.
- Ahmad, A dan Hurhidaya. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2): 134 – 148.
- Aisyah, S. 2017. Video *Blog* Sebagai Media Representasi Diri *Vlogger* di Kota Makassar. Skripsi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pauan_girl). *Paradigma*, 3(4), 1-13.
- Aprinta, G. (2011). Kajian Media Massa: Representasi *Girl Power* Wanita Modern dalam Media Online. *Jurnal The Messenger*, 11(2): 12 – 27.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2012). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Arisanti, W., dan Ali, D.S.F. (2019). Analisis Makna Cantik Dalam Video *YouTube* Tasya Farasya “7 Hari *No Makeup Challenge!*” (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal e-Proceeding of Management*, 6(3): 6317 – 6326.
- Armando, Nina M. (2004). Menjadi Pembelanja yang Boros. *Jurnal Perempuan*, Edisi 37, Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.
- Aryani, Y.C dan Zuber, A. (2017) Budaya Kemiskinan Di Kota Surakarta (Studi Etnografi di Pinggir Rel Palang Joglo, Kadipiro). *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(2): 64 – 79
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Basri, H. (2014) *Using qualitative in accounting and management studies : not a new agenda . Journal of US-China Public administration*, 11 (10): 831-838.
Doi: 10.17265/1548-6591/2014.10.003
- Baudrillard, Jean P. (2004) *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Chandra, Edy. (2017). *youtube*, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Prisdadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 2(1), 406-417.
- Fadarman, F., Rozi, F., dan Fadillah, C. (2018), Video *Blog* Sebagai Representasi Identitas Diri *Youtuber*. *Jurnal URECOL*. edisi ke-8.
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., dan Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1) : 35 – 40.
- Hall, Stuart. (Ed.). 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Thousand Oaks
- Hapsari, A.B., dan Sukardani, P.S. (2018). Representasi Konsep Kecantikan Perempuan Di Era *Millennials* Melalui *Beauty Influencer* Pada Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @sarahayuh_, @abellyc, dan @rachgoddard). *Jurnal Commercium*, 2(2): 59-62.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryati. (2013). Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya. *Jurnal Komunikasi Balitbang*, 11(1): 1 – 22.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R.C., Sari, S.R., Wibowo, I.A. dan Made PW. P. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi *Go-Food*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2): 240 – 249.
- Hine, C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.
- Ikasari, O. (2018). Representasi Kecantikan Pada Video *youtube Beauty vlogger “The Power Of Makeup!”* (Analisis Semiotika pada Video “*The Power of MAKEUP!*” dalam Akun *Beauty Vlogger youtube Nikkie Tutorials*). Skripsi, Ilmu Komunikasi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media *youtube* Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi. *INTELIGENSI. Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 1-17.

- Kaplan, A M., Michael H. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons*, x, 56-88.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Madiistrianto, H dan Hadiwijaya, D. (2020). *GENERASI MILENIAL: Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ)*. Tangerang: Indigo Media.
- Mahesa. N. (2017). Alih Kode Dan Campur Kode Pemakaian Bahasa Indonesia Dalam Interaksi Pembelajaran Di Kelas (Penelitian Etnografi Komunikasi Di Sd Negeri 14 Gurun Laweh Padang). *Bahtera: Jurnal Pendidikan dan Sastra*, 16(1) : 46 – 56.
- MNC Media. (2021). Tantangan Pendidikan Era Generasu ‘Z’ dan Melenial. Diakses pada 06 Juni 2022 melalui www.sindonews.com , Senin, 13 September 2021 , 00:50 WIB.
- Monge; N., Contractor. 2003. *Theories of communication networks*. Oxford University Press
- Nasrullah, R. (2019). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novellia, S.H. (2021). Representasi Cantik Melalui Perubahan Bentuk Wajah Pada Artis Perempuan di Media Televisi. *PERSEPSI: Communication Journal*. 4(1) : 102 – 111.
- Nurhadi, Z.F., Salamah, U., Yuniar, A.A. (2020). Motif Penggunaan youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial *Jurnal Komunikasi dan Media* 4(2) : 170 – 190.
- Palinoan, I. Y. (2017). Dampak Tayangan Vlog di youtube Terhadap Gaya Hedonis Siswa SMA Kristen Sunodia. *Jurnal* 5(2) : 215-225.
- Prahmadhani, D.T. (2007). Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk *Skin Care* Tentang Kecantikan. Skripsi, Psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Putri, R.A. (2019). Pengaruh Tayangan *Beauty Vlogger* dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip USU dan Mahasiswi Ilmu

Komunikasi Fis UINSU. Thesis, Magister Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Putri, A.A., dan Haninda, A.R. (2020). Pengaruh *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 6(2): 474 – 484.

Rahmadinna, F. (2019). *Beauty Vlog* Dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta. Skripsi, Antropologi Sosial Universitas Diponegoro.

Rahmawati, dkk. (2022). Analisis Insecurity Dalam Standart Kecantikan Film Imperfect dengan Semiotika Roland Barthes. *Journal Of Digital Communication And Design (JDCODE)*. 1(20) :2722-7413.

Rahmawati, P. (2021). 10 *Beauty Vlogger* Indonesia Terbaik dan Inspiratif, Yuk Kenalan!. Diakses pada 24 maret 2022 melalui www.celebrities.id/read/ Senin 06 desember 2021, 13.43 WIB.

Rasyid et al.(2022). Social Prejudice and Discriminatory Behavior Experienced in Individuals Who Have Beauty Privilege. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. 4(4): 9241-9254. DOI: <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2934>

Saputra, M.L., Priyowidodo, G., dan Wahjudianata, M. (2018). Representasi Kecantikan Perempuan Korea Selatan Dalam Film “*Plump Revolution*”. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*. 6(2) : 1 – 11.

Satipah, H.R. (2018). *Role Mode* Para *Beauty Vlogger* Dalam Representasi Kecantikan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Sumatera Utara). Skripsi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

Siahaan, Satrina (2020). Reaksi Perempuan Dalam Menonton Konten *Beauty Vlogger* (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan). Skripsi.

Spardly, J.P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.

Waluyo.(2019).Pertukaran Sosial Dalam Online Dating (studi pengguna Tinder Indonesia). *Jurnal Informatik*. 15(1): 21-38.

Wijaya, H. (2018). Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi). *Citation of core.ac.uk*, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray repository,

- Winarni, R.W. (2010). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan. *Jurnal Deiksis*. 2(2) : 134 – 152.
- Windiani dan Farida, N.R. (2016). Menggunakan Metode Etnografi Dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Sosiologi Dimensi*, 9(2): 87-92.
- Zais, S.F., Effendi, N. dan Roem, E.R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Satwika*, 5(1): 69-87.

