

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktisi Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Anggito, A., & Setiawan, J. 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif (E. deffi Lestari (ed.))*. CV Jejak.
- Bungin, Burhan, 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Huzaini, A. F. 2022. *Influencer Dan Konten Berbagi Di Tiktok (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konten Berbagi Dari Sudut Pandang Influencer Dan Followers Di Tiktok)*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Feroza, C.S. dan Desy, M. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 13(1), 32-41.
- Ghassani, A. dan Catur, N. 2019. *Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127-134.
- Purnamasari, N. P. dan Ririn, P. T. 2021. *Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video 'Belanja Gak Aturan' Dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*. *Jurnal Representamen*, 7(1), 79-91.
- Atiqoh, L. N. 2022. *Resepsi Khalayak Terhadap Konten Informasi Kerja Dimedia Sosial Tiktok @vmuliana*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Savira, R. dan Saifuddin, Z. 2022. *Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok @drrichardlee (Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Tiktok @drrichardlee)*. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 106-113.

- McQuail, Denis. -Teori Komunikasi Massa Mcquail, Jakarta: Salemba Humanika, 2011 - Teori Komunikasi Massa
- McQuail, terj. Putri Iva Jakarta: Salemba Humanika 2012. -Teori Komunikasi massa, Edisi kedua, Jakarta: Erlangga,1996.
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, D. A. (2022). *KHALAYAK MEDIA SOSIAL: ANALISIS RESEPSI STUART HALL PADA KESEHATAN SEKSUAL ORANG MUDA SOCIAL MEDIA AUDIENCES: A RECEPTION ANALYSIS of STUART HALL ON YOUTH SEXUAL HEALTH*. <https://id.linkedin.com/company/tabu-id>
- Ashar. (2022). *Analisis resepsi informasi edukasi melalui aplikasi tik-tok pada kalangan anak-anak di kota Parepare* .
- Atiqoh, L. N. (2022). *Resepsi Khalayak Terhadap Konten Informasi Kerja di Media Sosial Tiktok @vmuliana*.
- Benedicta, Y. G., Pranayama, A., Sutanto, R. P., & Komunikasi, D. (n.d.). *PERANCANGAN MEDIA EDUKASI UNTUK MEMBANTU REMAJA WANITA DALAM MENGENAL JENIS KULIT SEBELUM MENGGUNAKAN SKINCARE*.
- Dwiputra, K. O. (2021). *Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Eva Kusumaningtyas, R. (2022). Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers. In *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* (Vol. 1, Issue 3).
- Fadhil Nugraha, A., & Hidayat, D. (2021). *Persepsi Masyarakat Mengenai Peraturan Larangan Mudik Selama Covid-19*. <http://journal.unj.ac.id/>
- Fahira, G. (2022). *Studi Fenomenologi: Perkembangan Beauty Enthusiast Di Media Sosial*.
- Fanaqi, C. (2021). TIKTOK SEBAGAI MEDIA KREATIVITAS DI MASA PANDEMI COVID-19. In *Jurnal Dakwah* (Vol. 22, Issue 1). <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi->
- 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>
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). *PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT)*. 18(2), 127–134.

- Guyana, S. A. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan World Health Organization Di Indonesia Untuk Pencegahan Covid.*
- Hadi, I. P. (2009). *PENELITIAN KHALAYAK DALAM PERSPEKTIF RECEPTION ANALYSIS.*
- Luki, B. (2023a). *Persesi Followers Pada Pesan Endorsement Dalam Konten Edukasi Kesehatan Kulit (Studi Deskriptif Pada Konten Akun Tiktok dr. Ziee).*
- Luki, B. (2023b). *Persesi Followers Pada Pesan Endorsement Dalam Konten Edukasi Kesehatan Kulit (Studi Deskriptif Pada Konten Akun Tiktok dr. Ziee).*
- Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. (2021a). *Nilai Edukasi pada Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja Kota Bandung.* 3(2). www.kompas.com
- Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. (2021b). *Nilai Edukasi pada Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja Kota Bandung.* 3(2). www.kompas.com
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby.*
- Putri, S. C. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Informasi Dalam Meningkatkan Pengetahuan Perawatan Kulit Wanita Bagi Followers Akun Tik-Tok @Dr.Ziee.*
- Rahmah, Z. Z. (2021a). *Analisis Isi Pesan Akun Tiktok @DR.Ziee Sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wanita.*
- Rahmah, Z. Z. (2021b). *Analisis Isi Pesan Akun Tiktok @DR.Ziee Sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wanita.*
- Rahmah, Z. Z. (2021c). *Bab II Analisis Isi Pesan Akun Tiktok @DR.Ziee Sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wanita.*
- Restu Pradhita, K., & Junaedi, D. F. (2019). *Resepsi Audiens Terhadap Transgender dalam Film Dokumenter Bulu Mata.* <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL>
- Santoso, S. (2020). *ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP BERITA KASUS MEILIANA DI MEDIA ONLINE.* *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi,* 12(2).

- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Savira, R., & Zuhri, S. (n.d.). *RESEPSI PENONTON TERHADAP KONTEN REVIEW SKINCARE DALAM AKUN TIKTOK @drrichardlee (Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare dalam Tiktok @drrichardlee)*.
- Setiawati, M., & Pratiwi, A. (n.d.). *TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI PERAWATAN KECANTIKAN*.
- Siahaan, C., Putra Laia, A., & Adrian, D. (2022). *STUDI LITERATUR: MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DAN PEMBENTUKAN KARAKTER REMAJA*. 7(4). www.freepnglogos.com
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). *Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok*.
- Triyanti, M. D., Merah, E. L. K., Gratia, G. P., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). *Fenomena Racun TikTok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19* (Vol. 2, Issue 1).
- Usna, S. F. A. D. (2021). *PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI KECANTIKAN DI KALANGAN REMAJA*.
- Wahid, U. (2020). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Mettology Subject Project View project Mass Media Analysis View project*. <https://doi.org/10.31294/jkom>