

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Bayaah, Nor, Siti. (2018). Female Consumers' Attitude towards Natural Beauty Products: Malaysian Perspective. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention* 5(12): 5099-5102. DOI: 10.18535/ijsshi/v5i12.02. ICV 2015: 45.28. ISSN: 2349-2031.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein. (2010). *User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Anwar, Fahmi. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muarallmu Sosial, Humaniora dan Seni*. Vol. 1, April, hal: 137-144. Kalbis Institute Jakarta.
- Aprilita Dini. Listyani. Handini, Refti. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl). *Paradigma*. Volume 04 Nomer 03.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya, (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Ardianto, Elvinaro. (2012). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arif, Iman Setiadi. (2016). *Psikologi Positif: Pendekatan saintifik menuju kebahagiaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ashaf, Didit Herdiawan, Sutijno Wahyu & Ahmadani. (2019). "Decision Support System Determines the Purchase of House Right Using Analytical Hierarchy Process (AHP) And Borda Methods", *International Journal of ASRO* Volume 10, number 1. P 1-9.
- Belkin, N. (1978). "Information concepts for information science". *Journal of Documentation*, 34, 55-85. Tersedia pada <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/eb026653>.
- Constantinides, E. (2014). Foundations of Social Media Marketing. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 148, 40-57. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.016>.
- Contatinedes, Efthymios (2014) Foundations of social media marketing. *Journal of Procedia -Social and Behavioral Science* 148 pp 40-57.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. CitraAditya Bakti.
- Ekaputri, Derma, Sarah. Karolina, Meutia, Cut. Abdullah, N. Nisa. (2020). Literasi Informasi Kecantikan Di Kalangan Pengguna Female Daily Network. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 41 (1) Juni 2020, Halaman : 111-121. ISSN 0125-9008 (Print); ISSN 2301-8593.
- Fitri, Dwi. Asthari, Nurul. (2018). Fenomena Beauty Advertising Brand Kosmetik Pada Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tayangan Iklan Kecantikan Brand Kosmetik Wardah di Media Sosial Instagram pada Mahasiswi Universitas Malikussaleh). *Jurnal Jurnalisme* Volume 7 No. 2.
- Flew, Terry. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hasiholan, Prima, Togi. Pratami, Rezki. Wahid, Umaimah. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 5 No. 2 | Juni : Hal :70-80. ISSN CETAK : 2477-8591. ISSN ONLINE : 2614-4956.

- Indranata Iskandar. (2008). *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Junaedi, Fajar. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta, Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi
- Krikelas, James. (1983). Information-seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2) : 5-20.
- Kriyantono Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.) hal 208.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Rachmat Kriyantono. (2006) *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: KENCANA PRENADAME DIAGROUP. 211
- Rahmaniar, Intan, Adelia. (2018). Penggunaan Youtube Channel female Daily Network Sebagai Media Informasi Kecantikan Perempuan (Studi Pada Member Website Female Daily Di Komunitas Hijabers Palembang). Jurusan Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. (2012). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, George. (2014). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: kencana edisi ke 7.
- Russel, Roberta S. dan Taylor III, Bernard W. (2014). *Operations and Supply Chain Management*. Singapore: John Wiley & Son
- Severin, Warner J. & James W, Tankard, Jr. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*. Terjemahan Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Prenada Media: Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryani. (2015). *Komunikasi Terapeutik Teori & Praktik, Ed 2*. ECG, Jakarta.
- Umar, Husein, (2002). *Metodologi Penelitian*. Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Watie, E. D. S. (2011). *Komunikasi dan media sosial (communications and social media)*. The Messenger, 3(1), 69–75.
- West, Richard dan Lynn H. Turner (2010). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta.
- Wilson, I.D. et al, (2000). *Encyclopedia of Separation Science*. Academic-Press, New York.
- Winda Hardyanti. (2017). Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang. *Jurnal Sospol*, Vol. 3 No. 1. Hlm 187.
- Katadata, 18 Mei 2020.
- Tempo, 1 Juli 2020.
- femaledaily.com* (2016)