

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anisti. 2020. *Komunikasi Digital Oral Visual Virtual*. Yogyakarta: Anom Pustaka.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta.Quadrant
- Mukarom, Zaenal. 2020. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Nasrullah. Rulli. 2016. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nuryadi. 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- R. Indrawan. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr. 2013. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Jurnal:

Afassy, R. D., & Salma, A. N. 2021. *Pengaruh Konten Review Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Brand Image Kosmetik Madame Gie*. Jurnal Management, Universitas Telkom.

Akbar, I., Suyanto, S., Ismandianto, I., & Awza, R. (2022). *Pengaruh Tayangan Konten Review Film pada Channel Youtube Cine Crib Terhadap Keputusan Menonton Subscribers The Influence Of Movie Review Content Impresion on Cine Crib Youtube Channel On The Subscribers Watching Decisions. JURNAL PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 144–149. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/880>

Ariani, S. A., & Nurmariati, A. H. (2022). *MOTIF SUBSCRIBER MENONTON VLOG ODGJ DI RIAN TV YOUTUBE CHANNEL TERHADAP KEPUASAN MENONTON. INTER SCRIPT: Journal of Creative Communication*, 4(1), 1–14. <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/1365/254>

Aryanti, D., Indonesia, U. P., Juhaida, I. S., & Indonesia, U. P. (2022). *Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial. Research Gate*, 6(December).

Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). PROLOGIA*, 2(2), 495–502. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3735/2171>

- Delliana, S., & Pratiwi, N. 2022. *PENGARUH KONTEN FOOD VLOG DI AKUN YOUTUBE RIA SW TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SUBSCRIBER. JURNAL KOMUNIKATIO*. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.
- Dhaefina, Z. 2023. *PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA YOUTUBE CHANNEL GADGETIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET*. Manajemen Bisnis Syariah Uin Raden Intan Lampung.
- Eribka Ruthellia., David., Sondakh, M., & Harilama, S. 2017. *Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Samratulangi.
- Fauziyah, N., Octaviani, A., & Dewi, P. (2023). Pengalaman Informasi Followers Autbase Twitter @ Ohmybeautybank dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Seputar Kecantikan. *JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN*, 12(1), 17–34. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/39225>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN DAYA TARIK BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK TABUR PIXY. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 151–160. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.629>
- Gani, A. G. 2020. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja*. Jurnal Mitra Manajemen. Universitas Suryadarma.
- Kaban, S. C. B., Amanda, N. M. R., & Pradipta, A. D. (2020). *MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO BLOG DI KALANGAN ANAK MUDA KOTA DENPASAR*. 1–8.

- Lestari, A. D. (2019). *VIDEO BLOGGING (VLOGGING) SEBAGAI BENTUK PRESENTASI DIRI. JURNAL SIGNAL*, 7(1).
<https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/2010/1256>
- Melania, A., Nazma, A. N., Nurul, S., Syailendra, A., Azzahra, V., & Naqiya, W. (2023). *Pembentukan Personal Branding Content Creator Melalui Media Sosial*.
- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. 2021. *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Melalui Beauty Vlogger*. Jurnal Management, Universitas Telkom Bandung.
- Rahman, A. 2021. *Pengaruh Konten Review Smartphone Samsung Galaxy A72 Di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Universitas Persada Indonesia.
- Rakadipta Septian , Putri, M., Chofifi, L., & K, D. I. (2017). *Mahasiswa UB AnalisisPengaruh Vlog bagi Kehidupan Remaja Kota Malang. Prasetya Online*. <https://prasetya.ub.ac.id/mahasiswa-ub-analisis-pengaruh-vlog-bagi-kehidupan-remaja-kota-malang/>
- Ruthellia, E., Sondakh, D. M., & Harilama, S. (2017). *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. Acta Diurna, VI(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15479>
- Salsabila, T., Nugroho, A., & Ulfa, N. S. (2022). *Hubungan Intensitas Menonton Review Beauty Vlogger dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Sikap Remaja Menggunakan Produk Kecantikan*. INTERAKSI ONLINE, 10(3).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/34697>

Saputra, F. H. (2022). *PENGARUH NARASI DALAM KONTEN VLOG CHANNEL YOUTUBE “ MENJADI MANUSIA ” TERHADAP SIKAP DALAM MENJAGA KESEHATAN MENTAL THE EFFECT OF NARRATIVE IN THE CONTENT OF THE YOUTUBE CHANNEL*. JURNAL ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, 19(1), 11–22. <https://jisip.jurnaliisipjakarta.id/index.php/jisip/article/view/66>

Setiawati, T., & Krisnawati, M. 2023. *Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Negeri Semarang.

Silvia Cindy & Atnan Nur. 2019. *Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlooger Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung (Studi Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim*. Universitas Telkom. Bandung

Sinaga, Rumondang Eliza Maria. 2018. *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Universitas Brawijaya. Malang

Situmorang, L. U., Ali, M., & Alfathoni, M. (2020). *ANALISIS MAKNA UNSUR NARATIF PADA VIDEO KLIP BTS “ ON . ”* JURNAL PROPORSI, 6(1), 1–10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22303/proporsi.6.1.2020.01-10>

Soegiono, P. (2020). *BEAUTY VLOGGER SEBAGAI INFLUENCER PRODUK KOSMETIK*. JURNAL ILMU EKONOMI DAN PEMBANGUNAN. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/464>

Sumartono, & Astuti, H. (2018). *Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan*. KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(1). <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/187/187>

Tutiasri, R. P., Laminto, N. K., & Nazri, K. (2020). *Pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa di tengah pandemi covid-19*. UPN VETERAN Jawa Timur. Jawa Timur.

Skripsi:

Agustina, H. K. L. (2022). *GAYA KOMUNIKASI SUHAY SALIM DALAM KONTEN YOUTUBE MAY FAVORITES 2021* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/18523>

Anshori, A. (2021). *Dampak Aplikasi Youtube terhadap Psikologi Anak*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. <https://fisip.umsu.ac.id/2021/10/30/dampak-aplikasi-youtube-terhadap-psikologi-anak/#:~:text=Menurut Mahmudah%282012%29 komponen kognitif menunjukan gejala mengenai,takut%2C parno%2C terbayang-bayang%2C kagum%2C tenang%2C tentram%2C dan nyaman>

Ariska, Dina. 2020. *Pengaruh Tayangan Beauty Vlooger Channel Youtube Tasya Farasya Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja*. Universitas Satya Negara Indonesia. Jakarta

Galang, Tanjung. 2021. *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Fachrurrozy, Muhammad. 2020. *Pengaruh Motif Penggunaan Media Pada Video Channel youtube Gadgetin Rp.5.2 Juta! Unboxing Oppo Reno3 Indonesia! Terhadap Kepuasan Komentator*. Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. Bandung.

Masnamikantari. (2021). *PENGARUH TAYANGAN BEAUTY VLOG YOUTUBE TERHADAPPERILAKU IMITASI MAHASISWI KOMUNIKASI dan*

*PENYIARAN ISLAM FAKULTAS DAKWAH dan ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM.* Universitas Islam Negeri
Mataram. <http://etheses.uinmataram.ac.id/4220/>

Mawaddah, Iffah. 2018. *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta

Latiar, H., IP, S., & Kalijaga, D. K. P. U. S. 2018. *Pengaruh Ketersediaan dan Pemanfaatan Jurnal Online Proquest Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Negeri Padang.* Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Waqiyah, Y. (2020). *Hubungan Mengakses Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Pada Followers Akun@ Womanfeeds.* Universitas Hasanuddin).

Wijaya, Rama Tria. 2020. *Pengaruh Terpaan Pada Konten Youtube Tim2one-Chandraliow “Reaksi Editor Indonesia 15: K-Pop (BTS-ON)” Terhadap Sikap Komentator.* Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Bandung.

Samantha Tiffany. 2022. *Pengaruh Terpaan Program “Klinik Basa” Terhadap Kebutuhan Informasi Pendengar I-Radio Bandung,* Ilmu Komunikasi. Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

Siahaan, S. T. (2020). *Reaksi Perempuan dalam Menonton Konten Beauty vlogger (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan [Universitas Negeri Medan].*
<http://digilib.unimed.ac.id/42648/>

USNA, S. F. A. D. (2021). *PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI KECANTIKAN DI KALANGAN REMAJA* [Universitas

Islam Riau]. <https://repository.uir.ac.id/6547/>

Rujukan Internet:

Channel Youtube Marry Angline

Andi. Hootsuite. 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> Diakses pada tanggal 31 Mei 2023. Pada Pukul 20:00 WIB.

Databoks.Katadata <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> Diakses Pada Tanggal 31 Mei 2023. Pada Pukul 20:45 WIB.

Irwan Idris. Cewek dan Cowok. Selera Konten Digitalnya Beda atau Sama aja? <https://sulse.idntimes.com/news/indonesia/irwan-idris-1/cewek-dan-cowok-selera-konten-digitalnya-beda-atau-sama-aja> (diakses pada tanggal 10 Oktober 2023 pukul 11.10 WIB)

Infobrand.<https://infobrand.id/the-originote-konsisten-hadirkan-produk-skincare-berkualitas-dengan-harga-terjangkau.phtml>, Diakses pada tanggal 31 Agustus 2023, Pada Pukul 07:10 WIB.

Katadata. APJII: Pengguna Internet Indonesia pada 2023. <https://katadata.co.id/lavinda/digital/646342df38af1/apjii-pengguna-internet-indonesia-215-juta-jiwa-pada-2023-naik-1-17> (diakses pada tanggal 10 oktober 2023 pukul 10.00 WIB)

Kumala, N. D. (2023). *Pengertian Teks dalam Bahasa Indonesia: Jenis-Jenis dan Strukturnya*. Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/pengertian-teks-dalam-bahasa-indonesia> Di akses pada 13 Oktober pada pukul 19.00 WIB

Kurniawan, D. (2023). *Mengenal 5 Elemen Visual yang Efektif Pada Konten Digital*. Linkd In. <https://www.linkedin.com/pulse/mengenal-5-elemen-visual-yang-efektif-pada-konten-dicakra-kurniawan/?originalSubdomain=id> di akses pada 14 Oktober 2023 Pada pukul 20.40 WIB

Kumparan.<https://kumparan.com/maya-audina/waspada-maraknya-peredaran-produk-skincare-abal-abal-1wu1YflymIP/1> Diakses pada tanggal 06 Agustus 2023. Pada pukul 01:42 WIB.

Maio, A. (2019). *The rules of shot composition*. Studiobinder.Com. <https://www.studiobinder.com/blog/rules-of-shot-composition-in-film/#3-balance-symmetry> di akses pada tanggal 14 oktober 2023 pada pukul 23.32 WIB

Merdeka.<https://www.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-kln.html>. Diakses pada tanggal 09 Juni 2023. Pada pukul 08:54 WIB.

Merdeka.com. (2020). *Open Minded Adalah Berpikiran Terbuka, Kenali Ciri-ciri dan Manfaatnya*. MERDEKA.COM. <https://www.merdeka.com/sumut/open-minded-artinya-berpikiran-terbuka-berikut-pengertian-ciri-ciri-dan-manfaatnya-kln.html> diakses 14 Oktober 2023 pada pukul 23.40

Socialblade.<https://socialblade.com/youtube/channel/UC4hq0NVj0OzDG4oD3X9jBg>Diakses Pada tanggal 05 Agustus 2023. Pada pukul 06.00 WIB

Urbanasia. <https://www.urbanasia.com/beauty/4-channel-youtube-beauty-vlogger-cocok-buat-kamu-belajar-makeup-U62814> Diakses Pada Tanggal 05 Agustus 2023. Pada Pukul 08.00 WIB.