

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal & Arman, Z. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Ukas (ed.)). CV Gita Lentera.
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Simbiosis Rekatama.
- Ardianto, E. & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama.
- Asari, A. & Agitha, N. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (D. P. Sari & F. D. Dwarta (eds.)). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Barnard, M. (2020). *Fashion Theory: A Reader*. Routledge.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Black, S., & Cloud, R. . (2008). *The Role of Media in Fashion Marketing and Communication* (2nd ed.). Routledge.
- Center, P. R. (2018). *Social Media Use in 2018*.
- Digital, S. (2023). *Wajib Tahu! 8+ Manfaat TikTok untuk Marketing*. Sanana Digital. <https://sasanadigital.com/manfaat-tiktok/>
- Dijck, J. Van, & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati (ed.); pertama). PT Bumi Aksara.
- Dove. (2017). *The 2017 Dove Global Girls Beauty and Confidence Report*.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Herlina & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Khakim (ed.)). CV Basya Media Utama.
- Hidayat, A. (2013). *Uji F dan Uji T*. Statistikian.Com. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Hussein, S. (2021). *Uji Hipotesis*. Geospasialis.Com. <https://geospasialis.com/uji-hipotesis/#:~:text=Uji hipotesis adalah sebuah proses untuk melakukan evaluasi,memutuskan apakah hipotesis yang diuji ditolak atau diterima.>
- Kaiser, S. B. (2012). *Fashion and cultural studies*. Berg Publishers.
- Kamaruddin, I. & Adri, K. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (N. Sulung & I. Melisa (eds.)). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- Krisyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Leahey, T. M. & Mickelson, K. D. (2007). The Frequency, Nature, and Effects of Naturally Occurring Appearance-Focused Social Comparisons. *Behavior Therapy*, 38(2), 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2006.06.004>
- Lestari, N. H. (2023). *Profil TikTok: Sejarah, Data Pengguna dan Sumber Pendapatan*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1708037/profil-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan>
- Lister, M. & Kelly, K. (2009). *New Media : A Critical Introduction* (2nd ed.).

- Routledge.
- Lubis, T. A. (2023). *Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis dan Cara Memilihnya*. Uptjurnal.Umsu.Ac.Id. <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/#:~:text=Teknik analisis data merupakan teknik,akan membahas terkait analisis data.>
- Luik, J. (2020). *MEDIA BARU Sebuah Pengantar*. Kencana.
- Maglearning.id. (2020). *Korelasi Product Moment Karl Pearson*. Maglearning.Id.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th editio). SAGE Publications.
- Milyane, T. M. & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Masruroh (ed.)). Widina Bhakti Persada.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.
- Ovie, O. (2023). *Taro Yamane Formula: Overview, Merits, and 3 Examples to Determine Sample Size*. Onovisinfo.Com. <https://onovisinfo.com/taro-yamane-formulaoverview-merits-and-examples/>
- Puspita, M. (2020). *TikTok Adalah (Pengertian), Asal, Manfaat, Efek Negatifnya*. Pojoksosmed.Com. <https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/>
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 206. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1180306/256>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi* (R. K. Soenendar (ed.); 2nd ed.). Simbiosis Rekaama Media.
- Rodin, R. (2020). *Informasi dalam Konteks Sosial Budaya* (S. Nurachma (ed.); 1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology*. The Free Press.
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7524>
- Simanjuntak, E. (2019). *Perhitungan Manual Pada Simple Linear Regression*. Medium.Com. <https://medium.com/@miasanecho/perhitungan-manual-pada-simple-linear-regression-47c9b8f0e6c8>
- Slater, M. D. (2004). Operationalizing and Analyzing Exposure: The Foundation of Media Effects Research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 168–183.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer Behavior: In Fashion*. Prentice Hall.
- Stephanie, C., & Yusuf, O. (2021). Apa itu FYP di TikTok dan Bagaimana Cara Kerjanya. *Tekno.Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya->
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabet.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial* (Giovanny (ed.)). CV Andi Offset.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Qmc.Binus.Ac.Id.
- Widaningsih, T. T. & Rahayunianto, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media dan Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Minat Berwisata. *Jurnal KOMUNIKATIF*, 9(2).
- Widi, S. (2023). *TikTok Jadi Medsos Utama Gen Z untuk Cari Informasi pada 2022*. Dataindoensia.Id. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>