

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan. *Jurnal Komunikasi*, 135-148. doi:<https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Andriyana, D. I. (2021). TIKTOK TERHADAP VARIASI BAHASA KOLOKIAL PADA KALANGAN REMAJA INDONESIA (KAJIAN ETONOLINGUISTIK). *jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 34-41. doi:<https://doi.org/10.25134/fon.v17i1.4193>
- Anwar, Y., & Adang. (2013). *Sosiologi Untuk Universitas*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Aprilia, D. R. (2013). Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 4 No 12, 41-68. doi:<https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.252>
- Ardian, G. (2018, Juli 12). *Perjalanan Aplikasi TikTok di Indonesia*. Diambil kembali dari Nolimit: <https://nolimit.id/blog/2018/07/12/perjalanan-aplikasi-tik-tok-di-indonesia/>
- Astuti, N. P. (2022, Juli 11). *Masa Remaja adalah Transisi Menuju Dewasa, Berikut Penjelasannya*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jabar/masa-remaja-adalah-transisi-menuju-dewasa-berikut-penjasannya-klm.html>
- Boufakar, I. (2022, Juni 21). *Istilah TBL Tengah Viral di Twitter dan TikTok, Apa Artinya?* Diambil kembali dari Tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/1604013/istilah-tbl-tengah-viral-di-twitter-dan-tiktok-apa-artinya#:~:text=TBL%20merupakan%20singkatan%20dari%20%22Takut,dengan%20gaya%20khas%20dari%20Bondol.>
- Bungin, B. (2014). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Diskursus Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Dewa, B., & Safitr, A. (2021, Maret 1). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Vol 12 No 1, 65-71. doi:<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. *Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, Vol 1 No 1, 116-133. doi:<https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20>
- Effendi, O. U. (2013). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- Effendi, O. U. (2018). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Endarmoko, E. (2016). *Tesamoko Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Febriyora, A. (2021, Juli 5). *Fenomena Aplikasi TikTok dan Dampaknya Bagi Masyarakat di Tengah Pandemi*. Diambil kembali dari Yoursay.id: <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/05/105553/fenomena-aplikasi-tiktok-dan-dampaknya-bagi-masyarakat-di-tengah-pandemi>
- Hardiyanto, S., & Romadhona, S. (2018). Remaja dan Prilaku Menyimpang. *Jurnal Ilmu Kkmunikasi*, Vol 2 No 1, 23-31. doi:<http://dx.doi.org/10.30596%2Finteraksi.v2i1.1785>
- Hasan. (2021). PEMANFFAATAN APLIKASI TIKTOK DALAM PEMBELAJARAN BAHASA ARAB. *PROSIDING*, 211-225.
- Hasiholan, P., & Pratami, R. (2022, Juni). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Covid 19. *Jurnal IlmuKomunikas*, Vol 5 No 2, 70-80. doi:<https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hurlock, E. (2010). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Isabella, K. (2020, Desember). Komunikasi Interpersonal Tenaga Kerja Indonesia dan Anak. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, Vol 3 No 2, 369-376. doi:<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.310>
- KBBI. (2022, 3 15). *Bahasa*. Diambil kembali dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/bahasa>
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kuswarno, E. (2013). *Metodologi Penelitian Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mahdi, M. I. (2022, 2 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*. Diambil kembali dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Morissan. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu Komunikasi Suau Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nabila, D., & Elveretta, O. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: PT. Citra Intrans Selaras.

- Nurdin. (2016). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori-Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Paramasari, N., & Nugroho, A. (2021, Juni). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *urnal Lensa Mutiara Komunikasi* Vol. 5, No. 1 (Juni2021) 123-132 ISSN 2579-8332(Online) | <http://u.lipi.go.id/1487661056doi:https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036> © Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, Vol 5 No 1, 123-132. doi:https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036
- Pratiwi, R. (2018, 12). Perempuan Dan Kontes Kecantikan. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol 10 No 2, 134-142. doi:https://doi.org/10.34001/an.v10i2.785
- Rorong, J. (2020). *Fenomenologi*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Safitri, A. A. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3, 1-9. doi:https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sitoresmi, A. R. (2021, 8 31). 14 Macam Media Sosial yang Sering Digunakan, Beserta Penjelasannya. Diambil kembali dari Liputan6: <https://hot.liputan6.com/read/4645781/14-macam-media-sosial-yang-sering-digunakan-beserta-penjelasannya>
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2016). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.
- Utami, S. N. (2022, 04 21). *Perkembangan Remaja: Definisi, Ciri-ciri, dan Tugasnya*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/04/21/111057269/perkembangan-remaja-definisi-ciri-ciri-dan-tugasnya>
- Wahyuni, S., Erianjoni, E., & Hasmira, M. H. (2018). Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Angkatan 2015. *Jurnal Perspektif Jurnal kajian Sosilogi dan Pendidikan*, Vol 3 No 6, 51-57. doi:https://doi.org/10.24036/perspektif.v1i4.46
- Yasir. (2020). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI SEBUAH PENDEKATAN KRITIS DAN KOMPERHENSIF*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

- Yusanto, F. (2018). Makna Cantik Dalam Iklan Magnificent Meaning In Advertising. *Lingkar Studi Komunikasi*, Vol 4 No 1, 1-24. doi:<https://doi.org/10.25124/liski.v4i1.1192>
- Febriyora, A. (2021, Juli 5). *Fenomena Aplikasi TikTok dan Dampaknya Bagi Masyarakat di Tengah Pandemi*. Retrieved from Yoursay.id: <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/05/105553/fenomena-aplikasi-TikTok-dan-dampaknya-bagi-masyarakat-di-tengah-pandemi>
- KBBI. (2022, 3 15). *Bahasa*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/bahasa>
- Mahdi, M. I. (2022, 2 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Sitoresmi, A. R. (2021, 8 31). *14 Macam Media Sosial yang Sering Digunakan, Beserta Penjelasannya*. Retrieved from Liputan6: <https://hot.liputan6.com/read/4645781/14-macam-media-sosial-yang-sering-digunakan-beserta-penjasannya>