

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Pertiwi Sutrisno, I. D. (Desember 2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*. *Jurnal Common Volume 5 Nomor 2*, 1-16.
- Akifah, A. (2020). OPTIMALISASI FUNGSI MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN BISNIS KULINER. *KINESIK Vol. 7 No. 2 (2020)*, 91-102.
- Andi Rahmat Abidin, M. A. (2021). URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN. *al-iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol. 6, No.2, Desember 2021, 6, 73-90.
- Azmussya'ni, Z. M. (2021). Menilik Bentuk Komunikasi Antara Anak Dan Orang Tua. *Jurnal Penelitian Tarbawi: Pendidikan Islam dan Isu-isu Sosial Volume, 6 Nomor 2 (Bulan Juli-Desember, Tahun 2021)*, 17-23.
- BLOG, X. (2017, Agustus 7). *www.xl.co.id*. Retrieved from <https://www.xl.co.id/blog/apa-itu-media-sosial-tujuan-fungsi-dan-jenis-jenis-media-sosial?bnr=0>
- Compas.co.id. (2024). Compas Market Insight Dashboard: Skintific Menempati Posisi Pertama Penjualan Paket Kecantikan di Q1 2024 dengan Nilai Penjualan Lebih dari Rp 70 Miliar!

Data Penjualan Skintific 2025 Terbongkar! Ini Produk Terlarisnya. (23 Juli 2025).

*Markethac.id*, 1.

Didip Diandra, A. W. (2024). MEMAHAMI DEFINISI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM TEORI DAN PRAKTEK. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review Vol. 6, No. 1 2024*, 34-43.

Dina Oktri Purwanti, U. E. (20 Juni 2025). PENGARUH CONTENT TIK-TOK MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP BUYING INTEREST SKINCARE *CUSHION* SKINTIFIC DIMEDIASI BRAND AWERENESS. *urnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol.9 No.2, 2025*, 1-16.

Dinda Sekar Puspitarini, R. N. (Juni 2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, Volume 3 Nomor 1* , 1-10.

Dr. Drs. Ido Prijana Hadi, M. M. (2021). KOMUNIKASI MASSA. In C. P. Media, *KOMUNIKASI MASSA* (pp. 1-225). Pasuruan, Jawa Timur.

Fajari, Y. I. (20 Maret 2024). PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PARIWISATA & MEDIA PROMOSI PRODUK LOKAL MOJOKERTO. *Skripsi, Malang*, 1-132.

Fajriani, N. (2024). ANALISIS STRATEGI KONTEN PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK @POINTCOFFEEID. *Skripsi, Semarang, 8 Juli 2024*, 1-102.

- Fiddriyani. (2025). PENGARUH BEAUTY INFLUENCER, CONTENT MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM RIAU. *UIN Suska Riau* , 26 Juni 2025, 1-86.
- Fitri Amilia, G. R. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Vol. 6, No. 5 Oktober 2022, Hal. 1141-1147, 6 No. 5, 1141-1147.*
- Gaffar, M. A. (24 Juni 2024). MOTIF *FOLLOWERS* DALAM MENGAkses AKUN INSTAGRAM @menjadimanusia.id. *Skripsi, Malang*, 1-103.
- Ginting, E. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS DESA MERDEKA, KECAMATAN MERDEKA KABUPATEN KARO. *Skripsi, Medan, 20 Juli 2020*, 1-66.
- Grace Immanuel Pascauli Hasugian, N. (10 November 2025). Live Streaming Tiktok Terhadap Generasi Z. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial, Volume 9*, 1-9.
- Graceica Octavia, W. P. (2018). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia Vol. 2, No. 2, Desember 2018*, 339 – 346.
- Hariyanto, D. (Agustus, 2021). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Hermawan, S. (2017). PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen cafe Imah B abaturan) . *Skripsi, Bandung 2017*, 1-87.

- Ihza, I. N. (01 Juli 2025). ANALISIS KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @infolpsk SEBAGAI MEDIA KAMPANYE. *Skripsi, Jakarta*, 1-107.
- Juliani, D. (2022). KONSEP DIRI PENATA RIAS PRIA DI KOTA BANDUNG (Studi Fenomenologi pada Arya Penata Rias Pria di Kota Bandung). *Skripsi*, 1-66.
- Kandouw, S. Y. (20 September 2022). ANALISIS FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN PEMBIAYAAN DI PT SWADAYA LANGGENG BERSAMA WARUNG DANA CABANG LAMPUNG. *Skripsi, Bandar Lampung 2022*, 1-83.
- Kurniawan, A. D. (4 Mei 2024). PENGARUH WORKLOAD DAN SOCIAL SUPPORT TERHADAP BURNOUT TALLYMAN DENGAN EMPLOYEE MOTIVATION SEBAGAI MODERASI DI PT TANJUNG EMAS DAYA SEJAHTERA. *Skripsi, Surabaya 2024*, 1-128.
- M. Devis Pratama, D. S. (2012). Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi di PT Chevron Pacific Indonesia. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol.1., No.1 (2012)*, 1, 1-22.
- Mashuri, D. N. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING. *April 2020, Vol.1, No.1: 97-112, Vol.1*, 97-112.
- Mengenal Skintific, Merek Skincare Kanada yang Sedang Naik Daun di Tanah Air. (29 Mei 2023). *TEMPO.CO, Jakarta*, 1.

- Murni Sofiah, S. R. (3 Agustus 2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, Medan 2023*, 1-20.
- Najmudin, M. F. (September 2023). PENGARUH KARAKTERISTIK PESERTA DIDIK TERHADAP PARTISIPASI BELAJAR DALAM PROSES PEMBELAJARAN (Studi Pada Pelatihan Desain Grafis di Balai Besar Pelatihan Vokasi dan Produktivitas (BBPVP) Kota Bandung). *Skripsi, Bandung 2023*, 1-80.
- Nisak, Z. (n.d.). ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI KOMPETITIF. 1-8.
- Novianti, D. (2018). PENGARUH KOMPETENSI KARYAWAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PT. NUSANTARA TURBIN DAN PROPULSI DI BANDUNG. *Skripsi, Bandung, Agustus 2018*, 1-15.
- Nugraha, H. S. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR SOMETHINC TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN DI KOMUNITAS NCTZEN. *Skripsi, Bandung, Oktober 2023*, 1-115.
- Nurul Aulia Dewi, A. H. (2023). ANALISIS MANFAAT MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN DELI SERDANG. *Kabilah: Journal of Social Community, Vol. 8 No.2 Desember 2023*, 129-143.

- Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Bagi Peserta Didik SMP Di Kabupaten Aceh Singkil. (2024). *Jurnal Pendidikan Berkarakter, Vol. 2 No. 3 Juni 2024, 2 No 3, 33-48.*
- Perbedaan *Cushion Skintific* Biru dan Gold yang Perlu Diketahui Para Wanita. (24 Februari 2025). *Kumparan.com*, 1.
- Permatasyar, A. (2021). PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Prosiding (1) Juli 2021, 18-31.*
- PRAMUDITA, Y. B. (2014). PENGELOLAAN PUBLIKASI INFORMASI MELALUI WEBSITE DI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO. 1-6.
- Pramudya, E. (16 Agustus 2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE PADA GENERASI MILENIAL. *Skripsi, Tasik Malaya 2023, 1-84.*
- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa EKONOMIKA Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, 12 no 2, 212-231.*
- Putri, D. Y. (2025). PENGARUH KONTEN VIDEO TIKTOK @ANAKBUKDANI TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN DI PEKANBARU. *Skripsi, Riau, 20 Juli 2025, 1-79.*
- Rahman, A. (n.d.). BENTUK-BENTUK KOMUNIKASI DALAM PEMBELAJARAN. 198-216.

- Salsabila, P. S. (Juli 2023). KOMPETENSI LITERASI MEMBACA SISWA SMP BERDASARKAN INSTRUMEN ASESMEN KOMPETENSI MINIMUM (AKM) DI KOTA BANDUNG . *Skripsi, Bandung 2023*, 1-145.
- Santoso, A. A. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *CUSHION SKINTIFIC* DI JAKARTA SELATAN. *Skripsi, Jakarta 26 Februari 2025*, 1-55.
- Setiadi, A. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI . *AMIK BSI Karawang* , 1-7.
- Situmorang, K. (22 Maret 2024). DAMPAK MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI AKADEMIK MAHASISWA PROGRAM. *Skripsi, Medan*, 1-104.
- Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari. (28 Februari 2023). *Kompas.id, Jakarta*, 1.
- Sudarsono, B. (2017). MEMAHAMI DOKUMENTASI. *Acarya Pustaka, Vo.3, No.1, Juni 2017*, 47-65.
- Susilawati\*, I. M. (2017). ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR STRATEGI BRANDING. *Vol. 3. No. 01, 2017, hal.111-128*, 3, 111-128.
- Syavardie, Y. (2021). Analisis Hubungan Psikologis Konsumen terhadap Minat Beli pada Rumah Makan Selamat di Bukittinggi. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review Vol. 3, No. 1, 2021*, 1-9.

TAQQIUDIN, M. H. (2019). PENYUTRADARAAN DAN EDITING DALAM PEMBUATAN FILM ANIMASI 3D BERGENRE ACTION BERJUDUL "BEDA". SURABAYA.

Tatang Wahyono, R. A. (2022). Unsur-Unsur Komunikasi Pelayanan Publik (Sebuah Tinjauan Literatur). *urnal Multidisiplin Dehasen, Vol. 1 No. 4 Oktober 2022* , 489-494.

Winda Kustiawan, F. K. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA: Vol. 11 No. 1 Januari - Juni 2022* , 1-9.

Yuningsih, P. (10 Oktober 2010). ANALISIS TINGKAT LITERASI DAN INKLUSI MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PERBANKAN SYARIAH. *Skripsi, Banjarmasin 2021*, 1-140.

Yusuf, N. M. (28 Juli 2023). REPRESENTASI FUTURISTIK DALAM IKLAN GOPAY PEVITA DITEMBAK, JOTA BERTINDAK DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA CHRISTIAN METZ). *Skripsi, Jakarta*, 1-72.