

**Analisis Konsumsi Konten Kecantikan di
Media Sosial TikTok
(Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Duta
UIN Sunan Ampel Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**Selly Tiara Amanda Hasibuan
NIM 04030522100**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selly Tiara Amanda H
Nomor Induk Mahasiswa : 04030422100
Tempat, tanggal lahir : Psp, 26 Agustus 2003
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Analisis Konsumsi Konten Kecantikan di Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Duta UIN Sunan Ampel Surabaya)** adalah hasil karya tulis ilmiah sendiri, bukan hasil salinan atau plagiasi dari karya tulisan orang lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya. Apabila ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensinya sesuai dengan persyaratan yang berlaku.

Surabaya, 9 Maret 2026



v

v

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Selly Tiara Amanda Hasibuan
NIM : 04030522100
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Konsumsi Konten Kecantikan di
Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi
Pada Mahasiswa Duta UIN Sunan Ampel
Surabaya)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 10 Maret 2026
Menyetujui pembimbing



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.L.
NIP: 197110171998031001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**Analisis Konsumsi Konten Kecantikan di Media Sosial Tiktok
(Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Duta UIN Sunan Ampel Surabaya)**

Oleh:

Selly Tiara Amanda Hasibuan (04030522100)

Telah diuji dan dinyatakan lulus ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 31 Maret 2026

Tim Penguji

Penguji I

Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

Penguji II

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji III

Imam Maksum, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197306202006041001

Penguji IV

Ariza Qurrata Ayun, M.Med.Kom
NIP. 199205202018012002



Surabaya, 31 Maret 2026

Dekam,

Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I

110171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Selly Tiara Amanda Hasibuan
NIM : 04030522100
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : sellytiara78@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS KONSUMSI KONTEN KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL

TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA MAHASISWA DUTA UIN

SUNAN AMPEL SURABAYA)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 April 2026

Penulis

(Selly Tiara Amanda Hasibuan)

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong meningkatnya konsumsi konten kecantikan yang menampilkan berbagai representasi standar kecantikan ideal, yang berpotensi memengaruhi cara individu memandang diri serta membentuk pemaknaan terhadap standar estetika digital. Fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji pada mahasiswa Duta UIN Sunan Ampel Surabaya yang memiliki peran representatif dalam menampilkan citra diri di ruang publik digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pengalaman mahasiswa dalam mengonsumsi konten kecantikan di TikTok serta memahami pemaknaan yang mereka bangun terhadap fenomena tersebut dengan mengacu pada teori konstruksi sosial yang menjelaskan proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam pembentukan realitas sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, dengan enam informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis fenomenologi Colaizzi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola pengalaman mahasiswa terbentuk melalui intensitas dan pola akses, preferensi konten, motif penggunaan, serta bentuk keterlibatan dengan konten kecantikan, yang kemudian memunculkan perbandingan sosial dalam memaknai standar kecantikan. Namun, secara umum informan tetap menunjukkan kemampuan reflektif dalam menyaring dan memaknai konten kecantikan sehingga tidak sepenuhnya terpengaruh oleh standar estetika yang ditampilkan di media sosial.

Kata Kunci: Konsumsi Konten Kecantikan, TikTok, Mahasiswa Duta, Kontruksi Sosial, Fenomenologi.

ABSTRAC

The development of social media, particularly TikTok, has led to increased consumption of beauty content featuring various representations of ideal beauty standards, potentially influencing how individuals view themselves and shaping the meaning of digital aesthetic standards. This phenomenon is relevant to study among UIN Sunan Ampel Surabaya Ambassador students, who play a representative role in presenting their self-image in the digital public sphere. This study aims to determine the patterns of students' experiences in consuming beauty content on TikTok and understand the meanings they construct regarding this phenomenon by referring to social construction theory, which explains the processes of externalization, objectivation, and internalization in the formation of social reality. The study used a qualitative approach with a phenomenological method, with six informants selected through a purposive sampling technique. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then analyzed using Colaizzi's phenomenological analysis technique. The results show that students' experience patterns are formed through the intensity and pattern of access, content preferences, usage motives, and forms of engagement with beauty content, which then give rise to social comparisons in interpreting beauty standards. However, in general, informants still demonstrate reflective abilities in filtering and interpreting beauty content so that they are not completely influenced by the aesthetic standards displayed on social media.

Keywords: Beauty Content Consumption, TikTok, Ambassador Students, Social Construction, Phenomenology .

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Pengesahan Tim Penguji.....	iii
Motto dan Persembahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	13
A. Kajian Perspektif Teoritis.....	13
1. Konsumsi Media.....	13
a. Pengertian Konsumsi Media.....	13
b. Bentuk-Bentuk Konsumsi Media.....	15
c. Konsumsi Konten Kecantikan di TikTok.....	17
2. Teori Konstruksi Sosial	18
a. Latar Belakang Teori.....	18
b. Asumsi Dasar Teori.....	19
c. Kerangka Konseptual.....	19
d. Relevansi dengan Penelitian	22
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam	23
1. Konsep Kecantikan Dalam Islam	23
a. Pengertian Kecantikan Dalam	

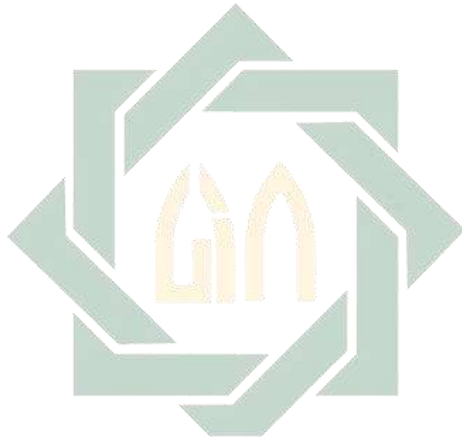
Perspektif Islam	23
b. Kecantikan Lahiriah Dalam Islam	25
c. Kecantikan Batiniah (Inner Beauty)	27
d. Keseimbangan Antara Apresiasi Diri dan Kesederhanaan	29
2. Etika Konsumsi Media Dalam Perspektif Islam	31
3. Media Sosial dan Pembentukan Citra Diri Dalam Islam	34
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	36
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	45
C. Informan Penelitian	46
D. Jenis dan Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Wawancara Mendalam	49
2. Observasi	51
3. Dokumentasi	52
F. Teknik Analisis Data	53
G. Teknik Validitas Data	55
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	57
A. Gambaran Umum Informan Penelitian	57
B. Penyajian Data	59
1. Pola Pengalaman Informan Dalam Mengonsumsi Konten Kecantikan di TikTok	59
a. Intensitas dan Pola Akses Terhadap Konten Kecantikan	59
b. Preferensi dan Kategori Konten yang Dikonsumsi	62
c. Motif dan Orientasi Dalam Mengikuti Konten Kecantikan	64
d. Bentuk Keterlibatan Terhadap Konten	67

2.	Esensi Pemaknaan Informan Terhadap Konsumsi Konten Kecantikan di TikTok	68
a.	Konstruksi Pemahaman Informan Terhadap Standar Kecantikan di TikTok	68
b.	Proses Refleksi Perbandingan Diri dan Penilaian Terhadap Citra Diri	70
c.	Respons Afektif Informan Terhadap Tekanan Sosial dan Standar Kecantikan	73
d.	Internalisasi dan Manifestasi Makna Konsumsi Konten Kecantikan Dalam Perilaku Keseharian	76
C.	Analisis Perspektif Teori	78
D.	Analisis Perspektif Dakwah Islam	84
BAB V	PENUTUP	89
A.	Kesimpulan	89
B.	Rekomendasi	90
C.	Keterbatasan Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR LAMPIRAN	103
DOKUMENTASI	123
BIOGRAFI PENULIS	125

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

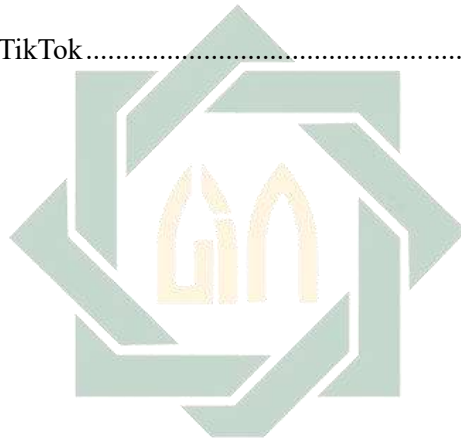
Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian	58
---	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Skema Proses Konstruksi Sosial dalam Konsumsi Konten Kecantikan di TikTok	83



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aidha, Siti. "Konsep Self-Acceptance Terhadap Body Shaming (Studi Komparatif Psikologi Abraham Maslow dan Tafsir Al-Azhar Karya Hamka), *Jurnal Ilmu Sosial* (2023), 3.
https://repository.alfithrah.ac.id/64/3/ARTIKEL%20TUGAS%20AKHIR_202012134101.pdf1-23.
- Ainia, Nur. "Konsep Diri dan Self Acceptance Pada Perempuan (Studi Fenomenologi Pada Kampanye #ImperfectBeauty Elsheskin), *Journal Commercium* 7 No.2 (2023).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/55703/43991> 17-27.
- Al-Akbar, Fathul Falaah, Ikhwanuddin, Muhammad Nur amin. "Konsep Beauty Privilege Dalam Perspektif Misbah Musthofa (Studi Kajian Tokoh Terhadap Ayat-Ayat Kesempurnaan Manusia), *Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam* 6 No.1 (April 2025), 84.
<https://doi.org/10.58401/takwiluna.v6i1.190979-93>.
- Amin, Nurul Muthia. "Perilaku Masyarakat Dalam Menonton Tayangan Chanel Youtube Mistik JurnalRisa (Studi Deskriptif Di Kota Makassar)", *Skripsi FISIP Universitas Hasanuddin*, (2024), 11.
<https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/40917/1-51>.
- Amrin, Amri, "Pengaruh Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Pandemi COVID-19: Impilikasi Bagi Pasar Ritel di Indonesia." *Jurnal Cendekia Ilmiah Vol. 3 No. 5* (Agustus 2024), 5008.
<https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5036> 5005-5017.
- Arianto, Bambang. Bekti Handayani (2024), *Pengantar Studi Fenomenologi*, (Balikpapan: Borneo Novelty Publishing), 61.

- Asfitri, Melisa Kurnia, “Motivasi Berprestasi Mahasiswa yang Berhasil Menjadi Duta Pendidikan dan Budaya Sumatera Selatan pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang”, *Skripsi UIN Raden Fatah Palembang* (2017), 2.
<http://repository.radenfatah.ac.id/1162/1/MELISA%20KURNIA%20ASFITRI%20%2813350098%29.pdf>
- Asriyana, Adhayani Mentari Paratama, Abdi Wijaya, “Tujuan dan Prinsip Konsumsi Dalam Islam”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis 8 No.1* (Mei 2025). 218. https://doi.org/10.37479/jimb.v8i1.33058_517-523
- Az-Zahra, Chantica, “Etika dan Literasi Informasi di Media Digital Untuk Menciptakan Ekosistem Yang Sehat”, *Jurnal Universitas Tujuh Belas Agustus Surabaya* (2024), 16. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa/article/download/11188/68531-20>.
- Budiawan, Syarifuddin, Indah Sulistiani, Annisagita Sungga Dirgantari, Masni Sanmas, Elijah, *Paradigma Baru Dalam Ilmu Komunikasi: Kritis, Digital, Partisipatif*, (Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2025), 11.
- Buditjahjanto, I Gusti Putu Asto, Wiyli Yustanti, Hapsari Peni, “Penentuan Sindrom Penyakit Traditional Chinese Medicine (TCM) Dengan Menggunakan Expert System”, *Laporan Akhir Hibah Bersaing Universitas Negeri Surabaya* (Oktober 2014),4. https://repository.unesa.ac.id/sysop/files/2019-10-20_Lap.%20Pen%20Asto.pdf
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Luckman*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 13.

- Dharma, Ferry Adhi. “Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial”, *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 No.1 (September 2018), 4. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1011-9>.
- Dinata, Bella. “Tubuh, Gender, dan Agensi: Kajian Antropologi Visual Tentang Representasi Perempuan di Media Sosial”, *Jurnal Sains, Sosial, dan Multidisiplin 1 No. 1* (Juni 2025), 58. <https://doi.org/10.64691/nizamayah.v1i1.4057-71>.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”, *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum Vol. 2 No.1* (2021), 45. <https://core.ac.uk/download/pdf/440358389.pdf33-54>.
- Fakhruddin, “Pengaruh Konten Ceramah Agama Gus Baha, Adi Hidayat, Khalid Basalamah di Tiktok dan Youtube Terhadap Sikap dan Pengetahuan Keberagaman Masyarakat Kota Bogor”, *Tesis Doktorat, UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2025), 4. <https://digilib.uinsgd.ac.id/115625/>. 1-52.
- Fensi, Fabianus, *Literasi Media Komunikasi Digital: Sebuah Pendekatan Etis*, (Jakarta: Kencana, 2025), 120.
- Feryani, Elsa. Budi Handrianto, “Filosofi Estetika Medis di Kalangan Perempuan Muslim Dari Perspektif Hierarki Pengetahuan Dalam Islam”, *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar 10 No.2* (Juni 2025), 227. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.25446226-237>.
- Hadi, Abd. Asrori, Rusman, *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*, (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2021), 30.
- Hanida, Taufik Warman, Hanief Monady, “Reinterpretasi Konsep Tabarruj dalam Q.S. Al-Ahzab (33): Analisis Fenomena Beauty Filter Melalui Pendekatan Kontekstual Abdullah Saeed”, *Jurnal Studi Al-Qur'an*

- dan *Hadis 1 No.1* (Oktober 2025), 43.
<https://doi.org/10.59373/ejqhs.v1i1.25242-55>.
- Harahap, Muhammad Yunan, Rustam Ependi, *Tazkiyatu Nafs Dalam Membentuk Akhlakul karimah* (Yogyakarta: PT Green Pustaka Indonesia, 2023), 9.
- Hasyim, Muhammad. Mardi Adi Armin, Hasbullah, Ade Yolanda Latjuba,, “Masyarakat Konsumsi: Pergeseran Interaksi Manusia Ke Benda-Benda Konsumsi Di Era Globalisasi”, *Prosiding Seminar Tahunan Linguistik Universitas Pendidikan Indonesia* (Mei 2018), 503.
- Ibrahim, Arfah. “Konsep Tujuan Hidup Manusia Dalam Perspektif Al-Qur’an”, *Jurnal Studi Al-Qur’an dan Tafsir 3 No.2* (Desember 2023), 90.
<https://doi.org/10.47498/bashair.v3i2.255289-97>.
- Ismail Suardi Wekke, (2019), *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: CV Adi Karya Mandiri), 33.
- Lestari, Putri Ayu, “Pemahaman Nilai-Nilai Syukur Dalam Menumbuhkan Sikap Penerimaan Diri Pada Remaja Panti Asuhan/LKSA (Pondok Pesantren Al-Fallah Yasmuba)”, *Skripsi UIN Raden Intan Lampung* (2024), 2. <https://repository.radenintan.ac.id/36304/>
- Luddiana, Zulia. “Perilaku Konsumsi Remaja Ponorogo Di Era Digital Sebagai Dampal Dari Penggunaan Media Sosial”, *Tesis Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (2024), 5.
https://etheses.iainponorogo.ac.id/31322/1/501220050_ZuliaLuddiana_MagisterEkonomiSyariah.pdf
- Ma’arif, Muhammad Ghozali. Ali Imran Sinaga, Indi Yusmardani, Muthi’ Nur Hanifah, Zamiri Zamiri, “Tabayyun Sebagai Etika Literasi Digital: Analisis Hadis Tematik Dalam Merespons Disinformasi Di Era Media Sosial”, *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat 5 No.3* (2025), 1871,
<https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.24771870-1881>.

- Mahardika, Ince Citra , Supriadi Adi, Indah Indah, Fajrin Baidis, “Dampak FOMO Pada Kecemasan Mahasiswa Pengguna Media Sosial”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol.10 No.22* (November 2024), 19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14286534> 18-24.
- Mahmudah, Siti Muslichatul. Muthia rahayu, “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan”, *Jurnal Komunikasi Nusantara 2 No.1* (2020),4. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39> 1-9.
- Manik, Niluh, Tedi Erviantono, Piers Andreas, “Politik Tubuh Perempuan Antara Kontrol Sosial dan Resistensi”, *Socio-political Communication and Policy Review 2 No.3* (2025), 5. <http://ijespjournal.org/index.php/shkr/article/view/247> 1-12.
- Muslim, I. H. (1997). *Ṣaḥīḥ Muslim* (no. 2564). Dar al-Ma‘rifah *No.1* (Januari 2025), 40. <https://doi.org/10.61787/taceee75> 39-47.
- Ningrum, Rara Mustika. “Prosumsi Sebagai Komodifikasi Pada Platform Media Online”, *Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya 2 No.1* (2025), 169. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.506165> 165-179.
- Nurdiana, Nabella, “Hubungan *Self Esteem* dan *Self Acceptance* Dengan *Body Dysmorphic Disorder* Pada Mahasiswi, *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, (2019), 15-17. <http://etheses.uin-malang.ac.id/15413/> 1-192.
- Nurhayati, Apriyanto, Jabal Ahsan, Nurul Hidayah, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 7.
- Nur Rohman, Angga, Moch Choirul Arif, Luluk Fikri Zuhriyah, “Commodification Model of Media Da'wah on Youtube Channel Yuk Ngaji TV”, *Ilmu*

Dakwah: Academic Journal For Hemiletic Studies
18 No.1 (2024),
<http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs43-72>.

- Patgiri, Rituparna, "The Beauty Syndrome: A Study of Beauty and Gender in India", *Social Sciences International Research Journal Vol 2 No. 1* (2016). 264.
- Putri, Aditya Septi Pratiwi Kusuma, "Hubungan Antara Self-Acceptance Terhadap Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder pada Remaja Putri di SMA X Kota Tegal", *Tesis Sarjana Universitas Islam Sultan Agung* (Juni 2025).
<http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/39715>
- Qorib, Fathul. "Pola Konsumsi Media Pada Generasi Milebial Kota Malang", *Jurnal Ilmu Komunikasi 12 No. 1* (Juni 2020), 55.
https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1490_51-71.
- Rachmalia, Yossy Pradita. Edy Purwo Saputro, "Beauty Vlogger Fiani Adilaa dan Pembentuka Narasi Kecantikan", *Jurnal Ilmu Komunikasi 8 No.1* (Januari 2025), 5.
<https://doi.org/10.23969/linimasa.v8i1.214351-20>.
- Ramanda, Riskha. Zarina Akbar, RA Murto Kusuma Wirasti, "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Body Image Bagi Perkembangan Remaja", *Jurnal Edukasi (Media Kajian Bimbingan Konseling) 5 No.2* (2019), 129.
<https://jurnal.arraniry.ac.id/index.php/cobaBK/article/view/5019.html121-135>.
- Rasyid, Suardin Abd. Surahman Cinu, Nanang Wijaya, Ahmad Sinala, Sudirman K Uja, Andi Riskan. "Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)", *Jurnal Penelitian*

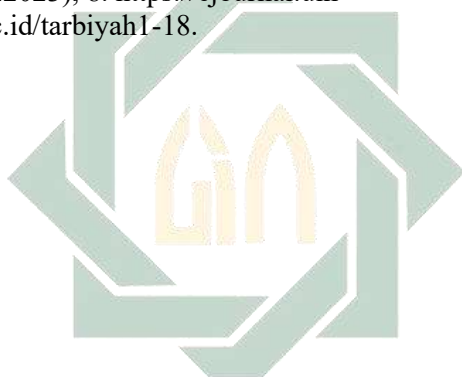
- Ilmu Sosial Vol.4 No.4* (Agustus 2024).
<https://doi.org/10.31004/inovatif.v4i4.14152>
- Reulina, Salwa. Suparman, Mulyono, “Algoritma Cerdas TikTok: Mengubah Cara Generasi Z Mengonsumsi Informasi”, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi 5 No.3* (Juni 2025), 489.
<https://media.neliti.com/media/publications/618239-algoritma-cerdas-tiktok-mengubah-cara-ge-22533a12.pdf#485-495>.
- Ristiarni, Chairul Niswah. “Hubungan Celebrity Worship Dengan Citra Tubuh Pada Mahasiswi Hiburan K-pop Di UIN Ar-Raniry Banda Aceh”, *Tesis UIN Ar-Raniry Banda Aceh* (Januari 2023). <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/25392/>
- Romdona, Siti. Silvia Senja Junista, Ahmad Gunawan, “Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan dan Kuesioner”, *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik 3*
- Rosdiana, Ade. Nurnazmi, “Dampak Aplikasi Tiktok Dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima’, *Jurnal Pendidikan Sosiologi 4 No.1* (Juni 2021), 101.
<https://doi.org/10.33627/es.v4i1.490100-109>.
- Rusli & Emil Fatra, “Konstruksi Identitas dan Perilaku Baru di Media Sosial: Potret Sosiologis Masyarakat Kota Makassar”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi 3 No.2* (2025), 40. <https://doi.org/10.70437/komunika.v3i2.161339-48>.
- Sabrina, Nur. Salsabila dan Makhrus, “Persepsi Wanita Dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram”, *Jurnal Ilmu Sosial Vol.1 No.2* (Oktober 2022).
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/112/97566-575>.
- Safira, Nisa. Robby Aditya Putra, Dete Konggoro “Peran Media Instagram Terkait Social Comparison Sebagai

- Psikologi Dan Motivasi Bagi Ibu Muda (Child Bearing Family) di Lubuklinggau”, *Tesis Sarjana IAIN Curup* (februari 2025). <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/8014>
- Saputra, Cahya Perdana. “Makna Cantik Menurut Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama), *Skripsi UIN Raden Intan Lampung* (2024), 31. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/33080>
- Sari, Sinta Maya. Neila Susanti, “Representasi Perempuan Cantik dan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara”, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial 8 No.2* (Agustus 2024). <https://doi.org/10.38043/jids.v8i2.5528>.
- Setiawan, Radius. *Dalam Bayang-Bayang Budaya Populer dan Kuasa Negara* (Surabaya: UM Publishing, 2022), <https://shorturl.at/enSGH>
- Sevilla, Neza. “Tren Konsumsi Digital Dikalangan Remaja”, *Jurnal Intelek Insan cendikia 2 No.5* (Mei 2025), 9395. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic/article/view/34539394-9399>.
- “Statistik Kesehatan Mental Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Tahun 2024”, Unesa, smccu.unesa.ac.id/post/statistik-kesehatan-mental-mahasiswa-universitas-negeri-surabaya-tahun-2024. Diakses 21 September 2025.
- Sugitanata, Arif, Faradila Hasan dan Siti Aminah, “Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan”, *Jurnal Studi Gender dan Anak Vol 2 No. 1* (Mei 2024). <https://jurnal.fatayatnusu.lut.id/index.php/fatayat/article/view/15122>.
- Sujarweni, VW. *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 2. <http://repository.radenfatah.ac.id/18854/3/3.pdf>

- Susanto, Dedi. Risnita, M.Syahrani Jailani, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah”, *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora 1 No.1* (Mei 2023), 54. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.6053-61>.
- Usmar, A.Putri Maharani, Eva Meizara, Puspita Dewi, Harlina Hamid, “Pengaruh *Upward Comparison* Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja Perempuan Pengguna Sosial Media di Kota Makassar”, *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora 1 No. 4* (Juni 2022), 270. <https://pdfs.semanticscholar.org/5658/cdbbb58f9d3743c25c8342fe23aff5189d2c.pdf> 265-280.
- Waruwu, Marinu. “Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan”, *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan 5 No.2* (2024), 198-199. <https://pdfs.semanticscholar.org/8de8/be521b4102a42c318fec3d4ec4dcd375ff94.pdf> 198-211.
- Watopa, James Jonah, Juwinner Dedy, “Kontribusi Gaya Hidup Sederhana Bagi Orang Muda di Era Modernisasi”, *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar 10 No.2* (Juni 2025), 19. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.2482316-28>.
- Wiana, Alifah Rose, Syiah Diah Puspita, Afwan Syahril, “TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital”. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.2 No. 1* (Januari 2025). <https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/352> 75-86.
- Wulandari, Safitri. Mun’ya Zahiroh, Lu’luil Maknunah, Siti Nur Halizah, “Peran Konten Tiktok Dalam Mengembangkan Branding Sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas” *Journal of Science and Education Research 4 No. 1* (Februari 2025), 73. <https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.17570-78>.

Zahra, Alysha. Zainal Abidin, Heidy Arviani, “Tan Skin Branding On Tiktok Account @Skinofmeid: Challenge to Dominant Beauty Narratives”, *Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media 14 N0.1* (Maret 2025), 108. <https://doi.org/10.35457/translitera.v14i1.4520107-121>.

Zulfa, Ahmad. Malia Anisa Fitri, “Analisis Karakter Spiritual Bidadari Dalam Konteks Akhlak Dan Psikologi Islam”, *Journal of Excellent Academic Community 1 No.1* (22023), 8. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah1-18>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A