

DAFTAR PUSTAKA

- Abdarruhmat, F. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta.
- Andi Dwi Riyanto. (n.d.). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). PERANAN INFLUENCER DALAM MENKOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Annas, F. B. (2018, September 19). *Konstruksi Realitas Media Sosial*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/opini/2018/09/20/konstruksi-realitas-media-sosial>
- Annur, C. M. (2022, December 8). *Bukan TikTok, Mayoritas Perempuan Indonesia Gali Informasi Kecantikan Lewat Instagram | Databoks*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/bukan-tiktok-mayoritas-perempuan-indonesia-gali-informasi-kecantikan-lewat-instagram>
- Annur, C. M. (2021, May 18). *Kejahatan Siber Dominasi Kekerasan terhadap Perempuan di Ranah Publik | Databoks*. Databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/18/kejahatan-siber-dominasi-kekerasan-terhadap-perempuan-di-ranah-publik>
- Aprilita, D., & Listyani, R. (2016). *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pahuan_girl)*. <https://media.neliti.com/media/publications/252704-representasi-kecantikan-perempuan-dalam-0108512d.pdf>
- Arasyi, R. (2022, June 4). *Mengapa Perempuan Lebih Mudah Mendapatkan Predikat Negatif Dibanding Laki-laki? Kumparan*. <https://kumparan.com/riyadharasyi1/mengapa-perempuan-lebih-mudah-mendapatkan-predikat-negatif-dibanding-laki-laki-1yCUE9V9qmX>

- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Atmanegara, M., & Sonjaya, R. (2023, March 20). DAMPAK PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS PASUNDAN. Repository.unpas.ac.id. <http://repository.unpas.ac.id/62688/>
- Ayuning, L. P., Setyastuti, Y., & Yuliarti, A. (2021). INSTAGRAM KOMUNITAS PERGERAKAN FEMINISME @NARASI PEREMPUAN DAN UPAYA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN BANJARMASIN. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(2), 133–146. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7470>
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta Rineka Cipta.
- Berger, P. L., Luckman, T., & Parera, F. M. (2013). *Tafsir sosial atas kenyataan, risalah tentang sosiologi pengetahuan*. LP3ES.
- Cahyu. (2018, October 1). *Menakjubkan, Ternyata Definisi Cantik di Setiap Daerah Indonesia Itu Berbeda*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3656773/menakjubkan-ternyata-definisi-cantik-di-setiap-daerah-indonesia-itu-berbeda>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih di antara Lima Pendekatan* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Data, G. (2023, May 29). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz#>
- Definisi dan Bentuk Kekerasan – Pencegahan dan Penanganan Kekerasan di Lingkungan Satuan Pendidikan. (2023). Kemdikbud.go.id. <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/definisi-dan-bentuk-kekerasan/>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Sage. <https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9-%20The%20SAGE%20Handbook%20of%20Qualitative%20Research.pdf>

- Dezuanni, M., Foth, M., Mallan, K., & Hughes, H. (2017). Digital Participation through Social Living Labs: Valuing Local Knowledge, Enhancing Engagement. In *Google Books*. Chandos Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Participation_through_Social_Liv/nd3kDAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=digital+participation&pg=PA317&printsec=frontcover
- Duke, D. (2023, March 13). *Council Post: Why User-Generated Content Is Winning*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/03/13/why-user-generated-content-is-winning/?sh=56706d5c6e94>
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. Mcgraw-Hill.
- Fitriani, S. A. (2019). *DAMPAK BODY SHAMING SEBAGAI BENTUK KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49344/1/SURYA%20ANANDA%20FITRIANA.FISIP.pdf>
- Frommer, D. (2020, November 1). *Here's How To Use Instagram*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/instagram-2010-11>
- Grattia, M. (2023, April 8). *Apa Itu Body Shaming? Ini Jenis, Dampak, dan Cara Mengatasinya*. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6659584/apa-itu-body-shaming-ini-jenis-dampak-dan-cara-mengatasinya>
- GoodStats. (2023, February 16). *Melihat Rerata "Screen Time" Gen Z Indonesia dalam Bermedsos, Berapa Lama dalam Sehari?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/melihat-rerata-screen-time-gen-z-indonesia-dalam-bermedsos-berapa-lama-dalam-sehari-f3kLL>
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. In *Google Books*. CV. Pena Persada. https://www.google.co.id/books/edition/Penelitian_Kualitatif_Studi_Fenomenologi/MtKREAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=fenomenologi+kualitatif&pg=PA27&printsec=frontcover
- Hardina, A. F., & Kurniawan, F. (2021). *FENOMENA KEBEBASAN BEREKSPRESI DI INSTAGRAM, Volume 2, Nomor 1, Juli 2021*. <https://doi.org/E-ISSN%20:%202723-7664>

- Herawati. (2021, June 24). *Standar Kecantikan, Konstruksi Media, dan Pengaruhnya di Masyarakat*. Suara.com. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/24/173640/standar-kecantikan-konstruksi-media-dan-pengaruhnya-di-masyarakat>
- Hyslop, F. (2014). *Digital Participation A National Framework for Local Action*. <https://www.gov.scot/binaries/content/documents/govscot/publications/strategy-plan/2014/04/digital-participation-national-framework-local-action/documents/00448804-pdf/00448804-pdf/govscot%3Adocument/00448804.pdf>
- Indonesia, C. N. N. (2023, July 2). *Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya*. Ekonomi. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>
- Indonesia, D. (2023, February 7). *Ada 25.050 Kasus Kekerasan Perempuan di Indonesia pada 2022*. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/ada-25050-kasus-kekerasan-perempuan-di-indonesia-pada-2022#>
- Indonesia, D. (2023, February 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Indonesia, D. (n.d.). *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. Dataindonesia.id. Retrieved October 12, 2023, from <https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022#>
- Instagram untuk Bisnis: Menggunakan User Generated Content*. (2016, March 17). Merchant.id. <https://merchant.id/social-media/instagram-untuk-bisnis-menggunakan-user-generated-content-untuk-posting-foto/#>
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010, February). (PDF) *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England ; London ; New York ; Boston ; San Francisco ; Toronto ; Sydney [U.A.] Pearson.
- Kurniawan, I., & dkk. (2023). *Hakikat, Etika, dan Filsafat Komunikasi dalam Dinamika Sosial*. PT Mahakarya Citra Utama Group.
- Lembar Fakta Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2023 Kekerasan terhadap Perempuan di Ruang Publik dan Negara: Minimnya Pelindungan dan Pemulihan. (2023, March 7). Komnasperempuan.go.id. <https://komnasperempuan.go.id/download-file/949>
- Maha Putra, I. K. A., & Dwi Astina, K. A. (2019). PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM MULTIPLE POST SEBAGAI SARANA EDUKASI BERBASIS VISUAL BAGI WARGANET. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.42>
- McQuail, D., & Izzati, P. I. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Miswari. (2017). Mengelola Self Efficacy, Perasaan dan Emosi dalam Pembelajaran melalui Manajemen Diri. *Cendekia: Journal of Education and Society*, 15(2), 67. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v15i2.910>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Montana, A. Y., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Instagram @Feminist Terhadap Perubahan Pandangan Standar Kecantikan Wanita Indonesia. *Kiwari*, 1(1), 54. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15503>
- Mutia Annur, C. (2023, May 4). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia | Databoks*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social>
- Nogueira, T. (2023, February 22). *User Generated Content on Instagram [The Ultimate Guide]*. Insense.pro. <https://insense.pro/user-generated-content/instagram>
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human development*. McGraw-Hill.

- Parapuan.co. (2021, November 3). *Kekerasan pada Perempuan Berupa Beauty Bullying, Ini Pendapat Psikolog - Parapuan*. Parapuan.co. <https://www.parapuan.co/read/532975037/kekerasan-pada-perempuan-berupa-beauty-bullying-ini-pendapat-psikolog>
- Poluan, P. G., & Lung, F. D. L. (2022). The Role of Social Media in Multi-Track Diplomacy: Jakarta Feminist Combating Violence Against Women in Indonesia [Peran Sosial Media dalam Diplomasia Multi-Jalur: Jakarta Feminist dalam Melawan Kekerasan terhadap Perempuan di Indonesia]. *Verity: Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional (International Relations Journal)*, 14(27), 49. <https://doi.org/10.19166/verity.v14i27.5911>
- Puspita, M. (2020, July 28). *Apa Itu Instagram: Sejarah, Fitur, Fungsi, Dan Dampak Positif | Social Media Marketing Specialist*. <https://pojoksosmed.com/tips-instagram/apa-itu-instagram/>
- Putranto, A. P. (2017). *KONSTRUKSI CANTIK MAHASISWA PADA MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN INSTAGRAM @unnes_cantik*. <http://lib.unnes.ac.id/32047/1/3401413121.pdf>.
- Putri, L. R., Sudarsono, S. C., & Wardani, M. M. S. (2021). KEKERASAN VERBAL DALAM KOLOM KOMENTAR DI AKUN INSTAGRAM GARUDAREVOLUTION PADA BULAN SEPTEMBER 2019. *Sintesis*, 15(1), 32–56. <https://doi.org/10.24071/sin.v15i1.3120>
- Putri Wahyuni, Ade Irma, & Syamsul Arifin. (2021). *Perempuan: Perempuan dan Media Volume 1*. Syiah Kuala University Press.
- Ramadhani, D. (2021, March 5). *Peran Media Dalam Mengkonstruksikan Standar Kecantikan | mentilinkite.com*. <https://mentilinkite.com/peran-media-dalam-mengkonstruksikan-standar-kecantikan-2419/>
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PERSONAL BRANDING DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI (STUDI PADA AKUN BARA PATTIRADJAWANE). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Salukov, D. (2022, November 17). *User Generated Content (UGC): The Ultimate Guide*. *Insense.pro*. <https://insense.pro/user-generated-content>
- Samaddar, N. (2023, September 28). *User-Generated Content: Harnessing the Power of Your Audience*. *Medium*. <https://medium.com/@nupursamaddar93/user-generated-content-harnessing-the-power-of-your-audience-bfe38c09ac91>

- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar* (2nd ed.). Jakarta : Indeks.
- Seifert, A., & Rössel, J. (2019). Digital Participation. *Encyclopedia of Gerontology and Population Aging*, 1–5. https://doi.org/10.1007/978-3-319-69892-2_1017-1
- Setianingrum, E. (2019). *Kekerasan Verbal dan Nonverbal pada Tayangan Reality Show (Analisis Isi pada Tayangan “Rumah Uya” di TRANS7)*. <https://eprints.umm.ac.id/46997/>
- Siregar, E. M. (2021). *Analisis Viktimologi Terhadap Body Shaming Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @viavallen)*. Repository.uir.ac.id. <https://repository.uir.ac.id/7136/>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriadi. (2021). *PENGGUNAAN KEKERASAN KOMUNIKASI VERBAL DALAM PERMAINAN MOBILE LEGEND DAN INTERAKSI SOSIAL PADA KELOMPOK BERMAIN MOBILE LEGEND*. <http://repository.usahid.ac.id/986/1/Pen.%20Genap%202021%20Kekerasan%20Kom.%20Verbal%20Pd%20Perma.%20Mobile%20Legend.pdf>
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon.
- Tim. (2021, June 23). *5 Penyakit Mengintai Akibat Diet yang Salah*. Gaya Hidup. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210615163450-260-654657/5-penyakit-mengintai-akibat-diet-yang-salah>
- Umam, D. R. (2020, February 19). *Instagram Mengkontruksi Arti Kecantikan*. Kuningan Mass. <https://kuninganmass.com/instagram-mengkontruksi-arti-kecantikan/>
- Warul Walidin AK, Saifullah, & Tabrani. ZA. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Widiandaru Wiryawan, Sintia Catur Sutantri. (2023). *Cyber Bullyingin Social Media Against the Stigma of Indonesian Women’s Beauty Standards*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7900364>
- Wilcox, K., & Laird, J. D. (2000). The Impact of Media Images of Super-Slender Women on Women’s Self-Esteem: Identification, Social Comparison, and Self-Perception. *Journal of Research in Personality*, 34(2), 278–286. <https://doi.org/10.1006/jrpe.1999.2281>

Wulandari, A. Y., & Widiarti, P. W. (2020). PERAN INSTAGRAM @PEREMPUANBERKISAH SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN THE ROLE OF INSTAGRAM @PEREMPUANBERKISAH AS WOMEN EMPOWERMENT MEDIA. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v3i3.16854>

Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*.

