

DAFTAR PUSTAKA

Penelitian, Jurnal aertikel dan Website

- Ardina, A., 2024. Pengemasan Pesan Edukasi pada Konten Akun TikTok @shadirafirdausi. Skripsi. Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya.
- Arvyanda, R., Fernandito, E., Landung, P., 2023. Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa 1.
- Asfar, I.T., 2019. ANALISIS NARATIF, ANALISIS KONTEN, DAN ANALISIS SEMIOTIK (Penelitian Kualitatif). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Bakri, N.F., Lingga, I.S., Dewi, K., 2022. Peningkatan Pengetahuan Masyarakat terhadap Kosmetika yang Aman di Majelis Taklim Al-Jihad, Argapura, Kota Jayapura. J. IPMAS 2, 83–91. <https://doi.org/10.54065/ipmas.2.2.2022.255>
- Buditomo, N., 2024. PENGARUH KONTEN VISUAL DAN BRAND AWARENESS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OURAQILA SKINCARE DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI PEMEDIASI. Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- CNN, 2023. Daftar Kosmetik Ilegal dengan Bahan Berbahaya Hasil Temuan BPOM [WWW Document]. Gaya Hidup. URL <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231212152815-277-1036232/daftar-kosmetik-ilegal-dengan-bahan-berbahaya-hasil-temuan-bpom> (accessed 12.6.24).
- Crasto, J.J., Rani, M.J., 2022. Effectiveness of power point assisted teaching regarding adverse effects of cosmetics usage among teenagers in a selected junior college, Hyderabad, Telangana. Int. J. Adv. Res. Med. Surg. Nurs. 4, 107–111. <https://doi.org/10.33545/surgicalnursing.2022.v4.i2b.104>

Dwivedi, Y.K., Kelly, G., Janssen, M., Rana, N.P., Slade, E.L., Clement, M., 2018. Social Media: The Good, the Bad, and the Ugly. *Inf. Syst. Front.* 20, 419–423. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9848-5>

Elisabeth, P.A., Pranata, L., 2020. PENGARUH KOMUNIKASI DAN KONTEN VISUAL DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTOGRAFI DI SWEETESCAPE JAKARTA. *J. Hosp. Dan Pariwisata* 6. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>

Fiantika, F.R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., 2022. METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF.

Haidar, N.F., 2021. ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RILIV DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT 2.

Hanindharputri, M.A., 2024. ANALISIS KONTEN VISUAL INSTAGRAM PERGURUAN TINGGI SEBAGAI UPAYA PEMBENTUKAN CITRA UNTUK GENERASI TERTARGET.

Ihsani, I., Santoso, M.B., 2020. EDUKASI SANITASI LINGKUNGAN DENGAN MENERAPKAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT (PHBS) PADA KELOMPOK USIA PRASEKOLAH DI TAMAN ASUH ANAK MUSLIM AR-RIDHO TASIKMALAYA. *Pros. Penelit. Dan Pengabd. Kpd. Masy.* 6, 289. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.22987>

Kompas.com, 2024. BPOM Ungkap 55 Produk Kosmetik Berbahaya, Ini Daftarnya Halaman all [WWW Document]. KOMPAS.com. URL <https://www.kompas.com/tren/read/2024/12/03/180000865/bpom-ungkap-55-produk-kosmetik-berbahaya-ini-daftarnya> (*accessed* 12.6.24).

Littlejohn, S.W., Foss, K.A., Oetzel, J.G., 2017. Theories of human communication, Eleventh edition. ed. Waveland Press, Inc, Long Grove, Illinois.

Menko Perekonomian, 2024. Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia [WWW Document]. URL

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy> (*accessed 2.7.25*).

Mere, K., Puspitasari, D., Asir, M., Rahayu, B., Mas'ud, M.I., 2024. Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan. *J. Econ. Bussines Account. COSTING* 7, 5455–5556. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9361>

Mujawaroh Annafi, Sri Hastjarjo, Agung Satyawan, 2023. Message Design Logic on Lecturer @buiramira's TikTok Account. *Formosa J. Soc. Sci. FJSS* 2, 93–110. <https://doi.org/10.55927/fjss.v2i1.2924>

Neuendorf, K.A., 2002. *The content analysis guidebook*. Sage Publications, Thousand Oaks, Calif.

Putri Anggoro, M.E.O., Pranata, L., 2020. PENGARUH KOMUNIKASI DAN KONTEN VISUAL DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTOGRAFI DI SWEETESCAPE JAKARTA. *J. Hosp. Dan Pariwisata* 6. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>

Putri, N.I., Candrasari, Y., 2022. PESAN EDUKASI POSITIVE DISCIPLINE PARENTING PADA AKUN INSTAGRAM @GOODENOUGH PARENTS.ID. *J. Ilm. Tek. Inform. Dan Komun.* 2, 67–75. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i2.209>

Rachmawati, P., Lukman, M., Nathalie, E., Jowi, A., Lee, J.V., 2024. Cosmetic Education Regarding the Making and Use of Hair Serum in Teenagers to Young Adults. *War. Pengabd. Andalas* 31, 393–402. <https://doi.org/10.25077/jwa.31.2.393-402.2024>

Rachmawati, S., Amalia, A., Rachmawati, E., 2022. Regulatory compliance of skincare product advertisements on Instagram. *Pharm. Educ.* 22, 230–235. <https://doi.org/10.46542/pe.2022.222.230235>

Sari Htp, E.M., Lubis, A.A., Harahap, D.A., 2023. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Peredaran Produk Kosmetik Ilegal Yang Mengandung

Bahan Berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat dan Makanan Medan). *ARBITER J. Ilm. Magister Huk.* 5, 97–107. <https://doi.org/10.31289/arbiter.v5i1.1740>

Sianipar, E.A., Arrang, S.T., Cokro, F., 2022. Pelayanan Informasi dan Edukasi Tentang Cara Kerja Obat Melalui Media Sosial Instagram. *Poltekita J. Pengabdi. Masy.* 3, 916–925. <https://doi.org/10.33860/pjpm.v3i4.1315>

Situngkir, A.H., 2024. Legal Protection for Consumers against the Distribution of Illegal Cosmetics in Online Stores (E-Commerce) in terms of Law of the Republic of Indonesia Number 17 of 2023 concerning Health. *Asian J. Healthc. Anal.* 2, 383–400. <https://doi.org/10.55927/ajha.v2i2.8356>

Sunarwan, W., Surlia, S.P., 2021. STRATEGI PENCITRAAN POLITIK CAPRES JOKOWI MELALUI INSTAGRAM: SEBUAH ANALISIS KONTEN KUALITATIF 03.

Suryadi, D., Jupriani, 2023. Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram New Normal Burger Bar Ditinjau Dari Teori Retorika. *J. Ris. Rumpun Seni Desain Dan Media* 2, 155–166. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1604>

Buku

Liliweri, A., 2011. *Komunikas: Serba Ada Serba Makna*. Kencana. Tersedia di *GoogleBooks*:<https://books.google.co.id/books?id=MBZNDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> (accessed 6.2.25)

Littlejohn, S.W., Foss, K.A., Oetzel, J.G., 2017. *Theories of human communication*, Eleventh edition. ed. Waveland Press, Inc, Long Grove, Illinois.

Neuendorf, K.A., 2002. *The content analysis guidebook*. Sage Publications, Thousand Oaks, Calif.

Pabundu Tika, M. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Rachmad, Y.E., *et.al.*, 2024. Digital Technology Management (Penggunaan Teknologi dalam Manajemen yang Berdaya Saing). Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi

Zuchdi, D., Afifah, W., 2019. Analisis konten etnografi & grounded theory dan hermeneutika dalam penelitian. Bumi Askara. Tersedia di *Google Books*: https://books.google.co.id/books?id=YoM_EAAQBAJ&pg=PA19&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false (accessed 18.1.25)

Publikasi BPOM

Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional dan Kosmetik. 2023. Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik Tahun 2023. Badan pengawas Obat dan Makanan, Jakarta

Indonesia. 2023. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 432 Tahun 2023 Tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial BPOM Official. Badan Pengawas Obat dan Makanan, Jakarta

Indonesia. 2019. Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik. Badan Pengawas bat dan Makanan, Jakarta.