

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, K. Z. (2024). *Strategi digital branding komunitas perempuan Girls On Court dalam membangun engagement melalui media sosial Instagram*. <https://repository.bakrie.ac.id/10760/>
- Alifa, S. (2023). Komodifikasi perempuan pada akun Instagram @unsyiah.cantik. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 14(2), 158. <https://doi.org/10.31506/jrk.v14i2.21414>
- Aprilie, T. (2024). *Praktik pekerja digital divisi media sosial dalam mengelola akun media sosial Suara.com*. Repository Universitas Bakrie. <https://repository.bakrie.ac.id/9516/>
- Arianty, N. (2024). *Cinta dan cari untung: Komodifikasi di industri K-Pop oleh fans*. <https://repository.bakrie.ac.id/10720/>
- Arlado, I. (2025, December 26). *Di balik skincare viral 2025, antara tren, algoritma, dan sikap konsumen*. Radar Mojokerto. <https://radarmojokerto.jawapos.com/berita-terbaru/827000655/di-balik-skincare-viral-2025-antara-tren-algoritma-dan-sikap-konsumen>
- Asmawati, A., Tahira, N., Putri, L., Hartani, M., & Fajriani, S. (2025). Komodifikasi identitas di era digital: Studi literatur tentang personal branding di media sosial. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6).
- Azizah, L., & Abror, M. Riza. (2026). Nilai guna dan nilai tukar dalam mekanisme pasar: Studi komparatif pemikiran Ibnu Khaldun dan Adam Smith. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 590–599. <https://doi.org/10.54259/akua.v5i2.7248>
- Badan Pusat Statistik. (2025, November 5). *Tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 4,85 persen, rata-rata upah buruh sebesar 3,33 juta rupiah*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/11/05/2479/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-85-persen--rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-33-juta-rupiah-.html>
- Baharuddin. (2021). *Pengantar sosiologi*. Sanabil.
- Bianca, T. A. (2024). *Komodifikasi audiens penggemar boygroup K-Pop Seventeen terhadap reality show “Nana Tour with Seventeen”*. <https://repository.bakrie.ac.id/10695/>
- PT Dinasti Kreator Cantik Indonesia. (2023). *DKCI – PT Dinasti Kreator Cantik Indonesia*. Diambil 5 Juli 2026, dari <https://dkcindo.com/>

- Fiantika, F., Wasil, M., Jumiya, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Haddad, H. (2024). *Analisis strategi content marketing dalam memasarkan brand fashion hijab Hanami Projects di era digital (Studi pada platform media sosial TikTok @hanamiprojects)*. <https://repository.bakrie.ac.id/9942/>
- Halim, D., Dini, G. T., & Salim, S. (2022). Analisis komunitas online Girl We Can terkait efektivitas komunikasi interpersonal antara pengurus dan anggota. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 24(2), 301–324. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v24i2.3611>
- Hardani, Auliya, N., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hernawo, T. (2025). Komodifikasi dan budaya partisipatif media sosial dalam komunikasi pemasaran produk skincare di aplikasi TikTok. *Jurnal CommLine*. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/4658/1842>
- Humas Ekon. (2025, December 4). *Tumbuh double digit, pemerintah dukung penguatan ekosistem industri kecantikan*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6712/tumbuh-double-digit-pemerintah-dukung-penguatan-ekosistem-industri-kecantikan>
- Indonesian Beauty Vlogger Community. (2015, March). *Instagram Indobeautygram*. Instagram. <https://www.instagram.com/indobeautygram/>
- Irza, C. (2022). Konsep diri perempuan cantik di Instagram. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(2). [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8636](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8636)
- Iswaratama, A. (2024). Peran komunitas virtual dalam mendorong interaksi sosial di era digital. *Journal of History and Social Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.58355/historical.v3i1.100>
- Kemp, S. (2025, November 5). *Digital 2026: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Lasuardy, A. (2025). *Komodifikasi konten digital pada akun YouTube TVOneNews (Khusus kematian Vina Cirebon)*. <https://repository.bakrie.ac.id/12686/>

- Limantara, G. B. (2024). *Komodifikasi konten tentang pemain naturalisasi PSSI dalam pemberitaan media daring Bola.com*. <https://repository.bakrie.ac.id/9888/>
- Maharani, A. P. (2025). *Pergeseran makna cantik ala Tasya Farasya melalui influencer dan konsumen perempuan di media sosial*. <https://repository.bakrie.ac.id/12412/>
- Mahardika, M. C., & Susilowati, E. (2026). Komodifikasi TikTok sebagai media komunikasi politik calon presiden tahun 2024. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 10–23. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.5369>
- Mazya, T. M., Kolopaking, L. M., Dharmawan, A. H., Nurrochmat, D. R., & Satria, A. (2022). Neue-Gemeinschaft: Transformasi digital pada usaha mikro, kecil dan menengah di komunitas pedesaan Banyuwangi, Jawa Timur. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/10.22500/10202238533>
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. SAGE Publications.
- NapoleonCat. (n.d.). *Instagram users in Indonesia – February 2026*. Retrieved July 7, 2026, from <https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2026/02/>
- Putri, A. A. (2025). *Pengaruh content creator dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah di TikTok Shop (Survei pada konsumen Skin1004)*.
- Putri, A. M. H. (2022, December 23). *Ingin tampil cantik, para wanita banyak “nyontek” Instagram*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20221223081205-128-399464/ingin-tampil-cantik-para-wanita-banyak-nyontek-instagram>
- Samadi, R. (2025). Komodifikasi konten di era digital Indonesia: Pergulatan nilai guna dan nilai tukar dalam ekologi komunikasi kontemporer. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(4), 132–145. <https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i4.746>
- Sitorus, A. A., & Kornitasari, Y. (2024). Analisis tingkat kesejahteraan pekerja gig di Indonesia. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(2), 537–551. <https://doi.org/10.21776/jdess.2024.03.2.16>
- SWA. (2025). *Unik tapi nyata! Konsumen Indonesia paling percaya product review dari pengguna lain*. SWAmedia Inc. <https://swa.co.id/read/459059/unik-tapi-nyata-konsumen-indonesia-paling-percaya-product-review-dari-pengguna-lain>

- Teropong Jakarta. (2024, October 21). *Perkembangan industri kreatif digital: Komunitas Beauty Collab menjadi wadah inovasi untuk pecinta kecantikan*. <https://teropongjakarta.com/perkembangan-industri-kreatif-digital-komunitas-beauty-collab-menjadi-wadah-inovasi-untuk-pecinta-kecantikan/>
- Vanya Qinthara. (n.d.). *Student stories*. PSB Academy. Retrieved July 5, 2026, from <https://www.psb-academy.edu.sg/campus-life/student-stories/vanya-qinthara>
- Wardah, F., & Albari. (2024). Analisis pengaruh influencer terhadap minat beli konsumen pada perusahaan JavaMifi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(03). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian tentang komunitas virtual: Kesempatan dan tantangan kajian di bidang ilmu komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>