

TREND UNGGAHAN AKUN TIKTOK @JULIARIMBA DALAM MENGUBAH STEREOTIP STANDAR KECANTIKAN

¹Vania Sabila Firdausita,²Mohammad Insan Romadhan,³Nara Garini Ayuningrum

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

vaniasabila123@gmail.com

Abstrak

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara individu membangun citra diri dan membentuk opini publik, termasuk dalam hal mendefinisikan ulang standar kecantikan. TikTok sebagai platform berbasis video pendek memiliki kekuatan besar dalam menyebarluaskan pesan visual yang dapat memengaruhi persepsi sosial secara luas dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana tren unggahan akun TikTok @juliarimba berperan dalam mengubah stereotipe standar kecantikan yang selama ini bersifat eksklusif dan konvensional. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan metode analisis isi, sebanyak 80 video dipilih secara purposive dari akun tersebut. Konten yang dianalisis berfokus pada isu-isu seperti self-love, body positivity, anti-body shaming, serta kritik terhadap konstruksi kecantikan yang sempit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Julia Rimba secara konsisten menyuarakan pesan-pesan penerimaan diri dan keberagaman fisik melalui narasi yang kuat, visual yang inklusif, serta gaya penyampaian yang autentik. Personal branding yang dibangun melalui konten edukatif ini terbukti mampu membentuk persepsi baru tentang kecantikan yang lebih realistik dan memberdayakan, sekaligus mendorong keterlibatan aktif dari audiens melalui berbagai bentuk interaksi seperti like, komentar, dan share. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi medium strategis dalam mendekonstruksi standar kecantikan konvensional dan memperluas ruang representasi identitas yang lebih inklusif dan membebaskan.

Kata Kunci: TikTok, stereotipe kecantikan, personal branding, self-love, body positivity, media sosial.

Abstract

The rise of social media has significantly transformed how individuals construct self-image and shape public opinion, particularly in redefining beauty standards. TikTok, as a short-form video platform, holds substantial power in disseminating visual messages that can rapidly and widely influence social perceptions. This study aims to examine how the content trends of the TikTok account @juliarimba contribute to challenging and reshaping conventional and exclusive beauty stereotypes. Utilizing a descriptive quantitative approach and content analysis method, 80 videos were purposively selected from the account. The analyzed content focused on issues such as self-love, body positivity, anti-body shaming, and critiques of narrow beauty constructs. The findings reveal that Julia Rimba consistently promotes messages of self-acceptance and physical diversity through strong narratives, inclusive visuals, and an authentic communication style. Her personal branding, developed through educational content, effectively fosters a more realistic and empowering view of beauty, while also encouraging active audience engagement through likes, comments, and shares. These results indicate that social media, especially TikTok, can serve as a strategic medium for deconstructing conventional beauty standards and expanding spaces of representation for more inclusive and liberating identities.

Keywords: TikTok, beauty stereotypes, personal branding, self-love, body positivity, social media.

Pendahuluan

Di era digital yang berkembang pesat saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, terutama di kalangan generasi muda. Kehadirannya tidak hanya mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi, bersosialisasi, dan mencari informasi, tetapi juga berdampak signifikan dalam membentuk persepsi sosial, nilai-nilai budaya, hingga identitas diri. Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari adalah TikTok. Platform ini tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi medium ekspresi diri yang luas dan alat penyebaran pesan sosial yang kuat (Tasya Permata Dewi & Daesy Ekayanthi, 2023).

TikTok menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menciptakan dan membagikan konten secara kreatif dalam format video singkat. Melalui algoritma yang sangat personal dan fitur yang memungkinkan konten viral tersebar luas dalam waktu singkat, TikTok menjadi lahan subur bagi terbentuknya tren dan wacana baru yang cepat berkembang. Salah satu wacana yang turut berkembang melalui TikTok adalah terkait dengan standar kecantikan. Representasi kecantikan yang selama ini terbangun secara global sering kali bersifat sempit dan eksklusif. Kecantikan ideal cenderung dikaitkan dengan karakteristik fisik tertentu, seperti kulit putih bersih, tubuh langsing, hidung mancung, dan rambut panjang terurai, yang sering kali dikonstruksi oleh media arus utama maupun budaya populer seperti Korean Wave (Hallyu) dan Barat (Utami Mappe, 2023).

Standar-standar tersebut secara tidak langsung membentuk persepsi masyarakat bahwa hanya orang-orang dengan ciri fisik tertentu yang pantas dianggap cantik. Konsekuensinya, tidak sedikit individu, terutama perempuan, yang merasa tertekan dan tidak percaya diri karena tidak sesuai dengan gambaran ideal tersebut. Dalam jangka panjang, tekanan ini dapat menimbulkan dampak psikologis yang serius seperti rendahnya harga diri, gangguan citra tubuh (body image), hingga perilaku kompulsif untuk mengubah penampilan melalui penggunaan produk kecantikan berbahaya, diet ekstrem, bahkan prosedur bedah estetika

(Fitriya & Sumardijjati, 2023).

Namun, di tengah arus yang cenderung menyeragamkan ini, muncul pula gerakan perlawanan yang mendorong keberagaman dan penerimaan diri. Salah satu bentuk perlawanan itu hadir melalui gerakan body positivity yang menekankan bahwa semua bentuk tubuh dan karakter fisik berhak untuk dihargai dan dicintai. Media sosial, termasuk TikTok, telah menjadi ruang penting untuk menyuarakan gerakan ini. Tidak sedikit kreator konten yang memanfaatkan platform ini untuk menantang stereotip kecantikan dan memperkenalkan narasi baru yang lebih inklusif dan membebaskan (Zahra, 2023).

Salah satu contoh yang menarik untuk diamati adalah akun TikTok @juliarimba. Akun ini menjadi perhatian karena secara konsisten menyajikan konten-konten yang menampilkan keberanian untuk tampil apa adanya. Dalam setiap unggahannya, @juliarimba menampilkan diri dengan gaya yang unik, berani, dan di luar standar kecantikan konvensional yang biasa ditampilkan media. Ia tidak hanya menampilkan dirinya secara visual, tetapi juga menyuarakan pesan-pesan positif tentang pentingnya mencintai diri sendiri, menerima kekurangan, dan tetap percaya diri meskipun tidak sesuai dengan standar ideal yang dibentuk masyarakat. Kehadiran akun ini telah menarik banyak perhatian dan bahkan menjadi inspirasi bagi banyak orang yang selama ini merasa tersisih dari wacana kecantikan dominan (Effendy et al., 2024).

Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting mengenai bagaimana konten dari akun TikTok @juliarimba dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap standar kecantikan. Apakah konten tersebut mampu membentuk kesadaran baru yang lebih inklusif? Apakah pengguna media sosial, khususnya para pengikut akun ini, mengalami perubahan persepsi terhadap makna kecantikan yang lebih luas dan tidak terpaku pada stereotip lama? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang menjadi dasar dari penelitian ini, yang bertujuan untuk menggali bagaimana tren unggahan yang ditampilkan oleh akun TikTok @juliarimba dapat memainkan peran dalam membongkar dan mengubah stereotip standar kecantikan yang sudah mengakar kuat di masyarakat (Nuriyah & Nurlela, 2025).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Teori Kognitif Sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura, yang menekankan bahwa seseorang belajar dan membentuk perilaku melalui pengamatan terhadap lingkungan sosialnya. Melalui interaksi simbolik yang terjadi dalam platform TikTok, pengguna tidak hanya menonton konten secara pasif, tetapi juga melakukan proses kognitif yang kompleks dalam menafsirkan pesan, menirukan perilaku, dan membentuk keyakinan baru. Dalam konteks ini, konten dari akun @juliarimba dapat dilihat sebagai stimulus sosial yang memiliki potensi besar untuk membentuk pola pikir dan sikap baru terhadap kecantikan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya ingin mengamati konten secara permukaan, tetapi juga menelusuri bagaimana konten tersebut direspon oleh audiens, serta bagaimana persepsi mereka terhadap kecantikan berkembang melalui eksposur terhadap pesan-pesan yang disampaikan dalam konten. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai peran media sosial sebagai alat edukatif dan transformasional, serta menjadi kontribusi ilmiah dalam memahami dinamika sosial di era digital, khususnya dalam upaya mendorong penerimaan diri dan keberagaman dalam representasi kecantikan.a

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis model personal branding yang dibangun oleh Julia Rimba melalui platform media sosial TikTok, khususnya pada akun @juliarimba. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual melalui analisis isi konten yang menyasar pesan visual, naratif, dan interaksi audiens (Arwitaningsih et al., 2023). Penelitian ini memfokuskan perhatian pada bagaimana Julia Rimba mengangkat isu stereotipe kecantikan seperti bentuk tubuh, warna kulit, dan kepercayaan diri, serta bagaimana pesan-pesan tersebut diterima oleh para pengikutnya. Populasi penelitian mencakup seluruh video yang pernah diunggah oleh akun tersebut, sementara sampelnya adalah 80 video yang secara khusus membahas topik terkait stereotipe kecantikan dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi sistematis dan dianalisis menggunakan instrumen dokumentasi dan content analysis berdasarkan kategori seperti bentuk pesan, nilai yang disampaikan, dan respons audiens.

Tabel 1.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian
Stereotipe Kecantikan	Pembahasan tentang berbagai bentuk tubuh, warna kulit dan fitur wajah	<ol style="list-style-type: none">1. Tubuh Ideal2. kulit cerah dan glowing3. Wajah mulus tidak berjerawat
	Pesan yang menekankan pada self-love dan anti body-shaming	<ol style="list-style-type: none">1. Gak usah minder punya muka yang berjerawat2. Tenang aja sekarang meskipun punya badan yang big size tetap bisa mix and match outfit, Meski

		rambut keriting gak bikin penampilan kamu terlihat jelek 3. Gak perlu minder punya kulit eksotis
	Penyampaian pesan inklusivitas dan penerimaan diri	1. cantik itu tidak melulu tentang fisik tapi bisa juga dengan pengetahuan dan wawasan yang luas 2. kecantikan itu timbul dari rasa percaya diri masing-masing 3. tidak perlu memikirkan standarisasi dari orang lain cukup terima diri sendiri dan tidak perlu mendengar perkataan orang lain

Sumber : Analisa Peneliti

Validitas data dijamin melalui validitas isi, sedangkan reliabilitas diuji dengan metode interrater reliability oleh dua koder dengan pedoman analisis yang sama. Teknik analisis meliputi pengkodean konten, pengelompokan tema, analisis interaksi audiens, identifikasi pola atau tren dari tingkat keterlibatan, serta penghitungan frekuensi ungkahan untuk menilai konsistensi Julia Rimba dalam membangun personal branding. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran utuh mengenai bagaimana media sosial, khususnya TikTok, dapat dimanfaatkan secara strategis untuk mere definisi standar kecantikan dan membentuk citra diri yang kuat.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1.2 Jumlah Data Per Indikator

Instrumen & Indikator	Penilaian Peneliti	% Peneliti	Penilaian Teman	% Teman	Total Gabungan	% Gabungan
S1 N1	4	5.00%	4	5.00%	8	5.00%
S1 N2	8	10.00%	8	10.00%	16	10.00%
S1 N3	7	8.75%	7	8.75%	14	8.75%
S2 N1	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
S2 N2	1	1.25%	1	1.25%	2	1.25%
S2 N3	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
S2 N4	22	27.50%	20	25.00%	42	26.25%
S3 N1	9	11.25%	9	11.25%	18	11.25%
S3 N2	8	10.00%	8	10.00%	16	10.00%
S3 N3	21	26.25%	23	28.75%	44	27.50%
Total	80	100%	80	100%	160	100%

(Sumber : Analisa Peneliti)

Menghitung nilai Nilai Cohen's Kappa

$$K = \frac{Po - Pe}{Po - Pe}$$

Tabel 4.6 Kontingensi berdasarkan 80 data:

	Teman S1	Teman S2	Teman S3	Total
Peneliti S1	15	2	2	19
Peneliti S2	1	18	4	23
Peneliti S3	3	1	34	38
Total	19	21	40	80

(Sumber : Peneliti)

Hitung Po (proportion of observed agreement)

$$Po = 15 + 18 + 34 / 80$$

$$= 67 / 80$$

$$= 0.8375$$

Hitung Pe (expected agreement)

- S1

$$Pe1 = (19/80 \times 19/80) \\ = 0,0564$$

- S2

$$Pe2 = (23/80 \times 21/80) \\ = 0.0756$$

- S3

$$Pe = (38/80 \times 40/80) \\ = 0.2375$$

- $Pe = Pe1 + Pe2 + Pe3$

$$= 0.0564 + 0.0756 + 0.2375 \\ = 0.3695$$

- Kappa

$$K = 0.8375 - 0.3695 / 1 - 0.3695 \\ = 0.468 / 0.6305 \\ = 0.7433$$

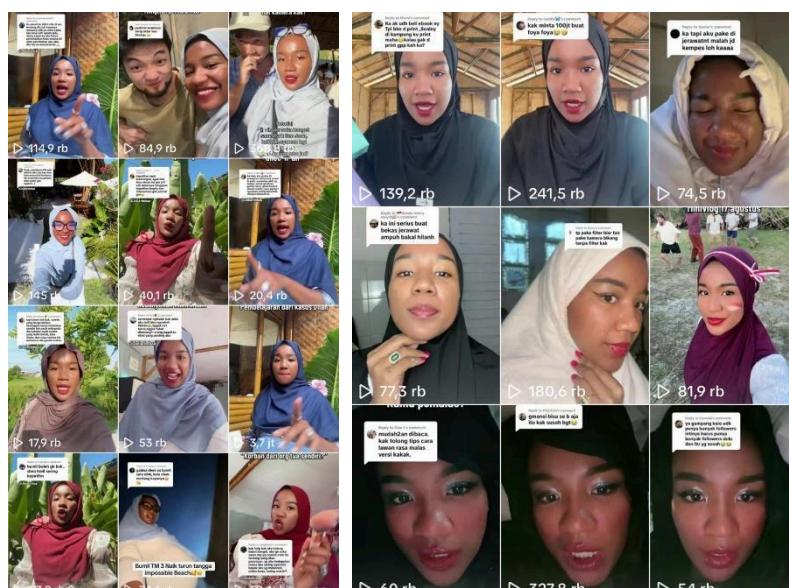
Tabel 4.7 Penilaian Kappa

Nilai Kappa	Interpretasi
< 0	Poor agreement
0.00–0.20	Slight agreement
0.21–0.40	Fair agreement
0.41–0.60	Moderate agreement
0.61–0.80	Substantial agreement
0.81–1.00	Almost perfect agreement

(Sumber : Penilaian Kappa)

Dari hasil perhitungan tersebut nilai kappa mendapatkan Nilai 0.742 termasuk kategori "Substantial Agreement" menunjukkan bahwa kedua penilai memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam memberikan penilaian terhadap objek yang sama, serta memiliki persepsi atau pemahaman yang relatif sama terhadap indikator yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penilaian yang digunakan cukup valid dan dapat diandalkan, karena menghasilkan hasil yang relatif seragam ketika digunakan oleh dua orang yang berbeda. Keandalan ini penting untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan bukanlah hasil subjektivitas semata, tetapi mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Konten-konten yang dibagikan oleh Julia secara konsisten menonjolkan pesan-pesan mengenai self-love, body positivity, dan penolakan terhadap standar kecantikan yang selama ini dianggap sebagai patokan utama dalam masyarakat. Standar kecantikan yang umum, seperti kulit putih, tubuh langsing, wajah mulus, dan rambut lurus, secara tidak langsung menciptakan tekanan sosial yang membuat banyak perempuan merasa tidak cukup baik atau bahkan minder. Dalam konteks inilah, unggahan-unggahan Julia hadir sebagai bentuk perlawan terhadap konstruksi sosial yang sempit dan tidak inklusif tersebut.



Gambar 1.3 Interaktif @Konten Julia Rimba
Sumber : Tiktok

Dalam kaitannya dengan teori representasi Stuart Hall, Julia Rimba secara sadar menciptakan representasi baru dalam ruang media sosial, terutama TikTok. Ia tidak menampilkan sosok perempuan ideal seperti yang biasa kita lihat di media konvensional. Sebaliknya, ia dengan berani menampilkan dirinya dengan kondisi kulit yang berjerawat, warna kulit gelap (tan skin), dan gaya berpakaian yang apa adanya. Visual ini menyampaikan pesan bahwa kecantikan tidak hanya milik mereka yang sesuai dengan standar media, tapi juga mereka yang berani tampil apa adanya. Melalui representasi ini, Julia mengubah narasi dominan menjadi lebih beragam dan humanis. Dari sisi gaya penyampaian, Julia menggunakan bahasa yang santai, lugas, dan emosional. Ia sering berbicara seolah-olah sedang menyemangati temannya sendiri. Pendekatan ini membuat pesannya terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari pengikutnya. Ia juga menggunakan pendekatan interaktif dengan membahas komentar-komentar netizen melalui video tanggapan, sehingga membangun komunikasi dua arah. Hal ini memperlihatkan bahwa Julia bukan hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan dan merespons pengalaman audiensnya, menjadikannya sebagai figur yang dipercaya.

Berdasarkan hasil klasifikasi konten, sebagian besar video masuk dalam kategori self-love dan body positivity (34%), diikuti oleh kategori anti-standar kecantikan konvensional (26%) dan motivasi penguatan mental (21%). Dominasi kategori ini memperkuat bahwa tren unggahan akun @juliarimba secara langsung mengarah pada upaya menggugah kesadaran pengikutnya agar tidak lagi terpaku pada standar kecantikan yang sempit. Julia juga memperkenalkan gagasan bahwa setiap orang memiliki versi cantiknya masing-masing, tanpa harus mengubah diri menjadi seperti yang diinginkan masyarakat.

Jika dilihat melalui teori identitas dan body positivity, Julia juga berperan dalam membantu audiensnya membangun identitas yang sehat. Ia tidak menuntut orang lain untuk menjadi seperti dirinya, tetapi mengajak untuk menerima diri sendiri, mencintai tubuh apa adanya, dan berani melawan label negatif yang diberikan orang lain. Dalam beberapa video, ia bahkan secara terbuka membahas pengalaman pribadinya menghadapi komentar jahat atau merendahkan. Namun, alih-alih membahas dengan marah, ia memilih menjawab dengan narasi yang menyentuh dan membangun semangat positif.

Tidak kalah penting, dalam pembahasan ini juga perlu dilihat bagaimana pengaruh konten terhadap perubahan stereotip kecantikan dalam masyarakat digital. Berdasarkan pengamatan dan penelitian video jularimba, dapat disimpulkan bahwa konten Julia diterima dengan sangat baik. Banyak pengikut yang menuliskan bahwa mereka merasa termotivasi, lebih percaya diri, dan mulai belajar mencintai diri sendiri setelah menonton videonya. Ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tidak berhenti di tingkat informasi, tetapi sampai pada tahap transformasi cara berpikir audiens.

Melalui kontennya, Julia bukan hanya menghibur, tetapi juga mengedukasi dan mengadvokasi pentingnya meredefinisi makna "cantik". Jika sebelumnya media hanya memperlihatkan satu jenis kecantikan, kini lewat akun TikTok seperti @juliarimba, muncul keberagaman dan inklusivitas yang menjadi perwakilan dari banyak perempuan yang selama ini merasa tersisih dari narasi mainstream.

Dalam kerangka komunikasi massa, TikTok sebagai platform digital telah menjadi medium baru bagi masyarakat untuk menyuarakan ide-ide perubahan sosial. Julia memanfaatkan kekuatan visual, viralitas, dan jangkauan TikTok untuk menyebarkan nilai-nilai penerimaan diri. Ia menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya tempat pencitraan, tetapi juga ruang advokasi yang efektif untuk membentuk opini publik dan menciptakan kesadaran kolektif.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis terhadap 80 konten unggahan akun TikTok @juliarimba, dapat disimpulkan bahwa tren konten yang dibagikan secara konsisten membawa dampak positif dalam membentuk pemahaman baru tentang standar kecantikan, khususnya di kalangan pengguna media sosial. Uggahan-uggahan tersebut tidak hanya menampilkan sisi visual yang berbeda dari narasi kecantikan arus utama, tetapi juga menyampaikan pesan mendalam mengenai pentingnya penerimaan diri, penghargaan terhadap keunikan tubuh, dan penolakan terhadap tekanan sosial yang berasal dari stereotipe kecantikan yang sempit.

Dalam setiap kontennya, Julia Rimba berhasil menghadirkan sosok perempuan yang jujur, apa adanya, dan tidak takut menunjukkan kekurangan fisik yang selama ini dianggap "tidak cantik" oleh masyarakat. Ia menunjukkan bahwa kulit gelap, jerawat, bentuk tubuh berisi, maupun rambut keriting bukanlah sesuatu yang harus disembunyikan atau diubah demi memenuhi ekspektasi publik. Justru dengan menampilkan itu semua secara terbuka dan percaya diri, Julia mengajak audiensnya untuk mendefinisikan kecantikan dari sudut pandang yang lebih luas dan manusiawi.

Tren unggahan ini bukan hanya bersifat reaktif terhadap fenomena standar kecantikan konvensional, tetapi juga proaktif dalam membangun kesadaran kolektif bahwa semua orang berhak untuk merasa cantik dalam versi mereka sendiri. Hal ini tercermin dari banyaknya komentar positif dari pengikut yang mengaku merasa lebih percaya diri dan tidak lagi terjebak dalam standar kecantikan yang tidak realistik. Artinya, konten Julia tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menghasilkan impact dalam bentuk perubahan sikap dan pola pikir audiens terhadap tubuh dan penampilan mereka.

Selain itu, melalui gaya penyampaian yang sederhana, santai, dan menyentuh sisi emosional penonton, Julia berhasil menciptakan hubungan yang kuat dan interaktif dengan pengikutnya. Ia tidak hanya menjadi content creator, tetapi juga menjadi teman virtual yang memberi semangat, pengingat, dan ruang aman bagi mereka yang selama ini merasa terpinggirkan. Pendekatan yang empatik dan komunikatif ini menjadi kunci dalam menjadikan

unggahannya efektif sebagai alat perubahan sosial.

Dengan memanfaatkan kekuatan platform TikTok sebagai media visual berbasis tren dan viralitas, akun @juliarimba berhasil memanfaatkan potensi media sosial untuk menciptakan narasi alternatif yang kuat terhadap dominasi citra perempuan ideal versi media. Representasi yang dihadirkannya merupakan bentuk resistensi terhadap konstruksi kecantikan yang hanya menguntungkan sebagian kecil kelompok, dan membuka ruang baru bagi keberagaman fisik, ekspresi diri, dan rasa percaya diri yang lebih otentik.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa tren unggahan Julia Rimba merupakan salah satu bentuk nyata dari transformasi sosial yang didorong oleh media digital. Dalam era di mana media sosial menjadi pusat konsumsi visual dan opini publik, kehadiran akun seperti @juliarimba sangat relevan dan penting. Ia menjadi bukti bahwa media digital, ketika digunakan dengan kesadaran dan niat baik, dapat menjadi medium yang efektif untuk mendobrak stereotipe lama dan menghadirkan pemahaman baru yang lebih inklusif, empatik, dan memberdayakan.

Daftar Pustaka

- Abel, J. P., & Buff, C. L. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research-First Quarter*, 14(1).
- Ayuningrum, N. G., & Paramita, F. B. A. C. (2024). Analisis Wacana Kritis Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba dalam Media Sosial Tiktok dan Twitter. *Jurnal Representamen*, 10(01), 42–56.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v10i01.10760>
- Effendy, R., Aulia, M., Sri, D., & Lian, W. (2024). *Mendambakan Kecantikan Ideal Sebagai Penindasan : Analisis Resepsi Iklan ImPerfect Beauty Elshe Skin*. 6, 169–181.
- Fitriya, S. G., & Sumardijjati, S. (2023). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Iklan Citra “Ragam Cantik Indonesia.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 7657–7664.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i10.2484>
- McGinnis, P. (2020). *FOMO—Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=R6wGEAAAQBAJ>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 2022.
- Perdana, D. D., Widiayanti, W., Gushevinalti, G., & Perdana, D. D. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54. <https://doi.org/10.35308/source.v10i1.8381>
- Tasya Permata Dewi, & Daesy Ekayanthi. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Brand Image Followers Wardah Beauty. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 369–374.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.142>
- Utami Mappe, U. (2023). Analisis Mitos Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Lokal Dengan Brand Ambassador Idol Korea Selatan. *AKSIOLOGI : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(4), 116–128.
<https://aksiologi.pubmedia.id/index.php/aksiologi/article/view/202%0Ahttps://aksiologi.pubmedia.id/index.php/aksiologi/article/download/202/77>
- Zahra, A. A. (2023). *VIDEO INFLUENCER SEBAGAI PREFERENSI KONSUMSI KECANTIKAN PADA GENERASI Z DI SOCIAL COMMERCE TIKTOK Skripsi*. 5, 1–14.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>