

Bibliography

- Glesne, C. (2011). *Becoming Qualitative Researchers An Introduction*. Boston: Pearson.
- Sobur, A., & Mulyana, D. (2020). *Filsafat Komunikasi Tradisi, Teori, dan Metode Penelitian Fenomenology*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United Kingdom: Sage Publishing.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zhang, T. (2021). Differences between Traditional TV Media and New Media - Take TikTok as an Example. *International Journal of Social Science and Humanity*, 11(4).
- Sharabati, A.-A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Ghoush, Q. A. (2022). The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*.
- Berne, S., Frisén, A., & Kling, J. (2014). Appearance-related cyberbullying: A Qualitative Investigation of Characteristics, Content, Reasons, and Effects. *Body Image*.
- Heflick, A. N., & Goldenberg, J. L. (2014). Seeing Eye to Body: The Literal Objectification of Women. *Current Directions in Psychological Science*.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 173-206.
- Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification Theory and Psychology of Women: A Decade of Advances and Future Directions. *Psychology of Women Quarterly*, 377-398.
- Kuswarno, E. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Penerbit Widya Padjajaran.
- Asih, I. D. (2005). Fenomenologi Husserl: Sebuah Cara "Kembali ke Fenomena". *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 75-80.
- Yin, R. K. (2016). *Qualitative Research from Start to Finish Second Edition*. New York: The Guilford Press.
- Susanto, E. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.

- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Sosial Suatu Masyarakat. *Glodal Komunika Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Maretno, S., & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*.
- Kusumandaru, A. D., & Rahmawati, F. P. (2022). Implementasi Media Sosial Aplikasi Tik Tok sebagai Media Menguatkan Literasi Sastra dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*.
- Putri, A. D. (2021). MAKSIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN PENGEMBANGAN DIRI GENERASI Z DI MAN 1 PESAWARAN. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*.
- Fahmi, R. F. (2022). Strategi Komunikasi Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Digitalisasi Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Peurawi Media Kajian Komunikasi Islam*.
- Siswanto, A. H., Haniza, N., & Rosyad, A. (2023). MEDIA MASSA ONLINE DAN KESADARAN SOSIAL GENERASI MILENIAL. *DE FACTO Journal of International Multidisciplinary Science*.
- Marietha, A. R., Najwarani, D., Almuttaqin, F. P., Novianti, F. E., Sihotang, J., & Wulan, R. R. (2021). FENOMENOLOGI OBJEKTIFIKASI SEKSUAL PADA WANITA PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM. *Precious Public Relations Journal*, 65 - 81.
- Pasaribu, A. L. (2023). Objektivikasi dan Konstruksi Cantik pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis. *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Carlsson, F., Kataria, M., & Lampi, E. (2024). Sexual objectification of women in media and the gender wage gap: Does exposure to objectifying pictures lower the reservation wage? *Journal of Behavioral and Experimental Economics*.
- Kartika, Y., Sofia, N., Sazali, H., & Andinata, M. (2023). Objektivikasi Foto Selfie Perempuan Pada Akun Instagram @dd.id. *Journal of Social Science Research*.

Khairah, H., & Tambunan, S. M. (2019). TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI MEDIA OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN: KAJIAN KRITIS MEDIA SOSIAL. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*.

Hermawan, H., & Hamzah, R. E. (2017). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat . *Jurnal Kajian Media*.