

DAFTAR PUSTAKA

- APJJ. (2024, September 24). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. . <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Infografik/2024/09/24/Media-Sosial-Favorit-Gen-z-Dan-Milenial-Indonesia>.
- Augusto, D. (2023). Industri Skincare Jadi Fast Beauty Jadi Bahaya. In https://www.tiktok.com/@dosen_fashyun/video/7292010508243307782?q=fast%20beauty&t=1750780959084.
- Brown, B. (1995). *Motion Picture and Video Lighting, Revised Edition* (2nd ed.). Focal Press.
- Christine, C. R. (2013). *Perancangan Media Informasi Mengenai Pola Asuh Kreatif*. Universitas Komputer Indonesia.
- Coates, K., & Ellison, A. (2014). *An Introduction to Information Design*. Laurence King Publishing.
- Criticos. (1996). *Media Selection* (T. Plomp & D. P. Ely, Eds.; 2nd ed.). Elsevier Science.
- Davis, G. B. (1990). *Management Informations System Conceptual Foundations, Structures, and Development* (2nd ed.). McGraw-Hill College.
- De Yusa, V., Aswin, & Pratisti, C. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA PEMBELIAN KOSMETIK MADAME GIE*. 72–80.
- Defitri, M. (2023, August 25). *5 Brand Kosmetik yang Mengusung Konsep Sustainable*. <https://Waste4change.Com/Blog/5-Brand-Kosmetik-Yang-Mengusung-Konsep-Sustainable/>.
- Delicia, A. C., Dea, A., Anggraeni, G., & Witanama, E. (2025). Study of Netnographic: X Platform Discussion on Fast Beauty Trend in Indonesia. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE HUMANITY & MANAGEMENT RESEARCH*, 4(1), 256–265. <https://doi.org/10.58806/ijsshmr.2025v4i01n30>
- Eiseman, L. (2017). *The Complete Color Harmony, Pantone Edition: Expert Color Information for Professional Results*. Rockport Publishers.
- Ekaputri, S. D., Karolina, C. M., & Abdullah, N. N. (2020). Literasi Informasi Kecantikan di Kalangan Pengguna Female Daily Network. *BACA: JURNAL DOKUMENTASI DAN INFORMASI*, 41(1), 111. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v41i1.552>
- Evan, V. (2022, June 28). *Fast Beauty, Fenomena yang Tidak Kalah Mengkhawatirkan Saat Ini*. <https://Editorial.Femaledaily.Com/Blog/2022/06/28/Fast-Beauty-Fenomena-Yang-Tidak-Kalah-Mengkhawatirkan-Saat-Ini>.
- Febriana, P., & Nabila, S. (2025). Analisis Gaya Berkomunikasi Online Influencer Vania Winola Melalui Akun Tiktok @Vania. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 92–106. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2273>
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *AL*

- MA'ARIEF : *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 4(2), 56–67.
<https://doi.org/10.35905/almaarief.v4i2.2768>
- Heinich, R. (1999). *Instructional Media and Technologies for Learning* (6th ed.). Prentice Hall.
- Ibrahim, H. (1997). *Media Pembelajaran: Arti, Fungsi, Landasan Penggunaan, Klasifikasi, Pemilihan, Karakteristik oht, Opaque, Filmstrip, Slide, Film, Video, Tv, dan Penulisan Naskah Slide. Bahan Sajian program Pendidikan Akta Mengajar*. 3(4).
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2019). Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 184–190. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Jackman, J. (2020). *Lighting for Digital Video and Television* (4th ed.). Routledge.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions* (5th ed.). Wadsworth.
- Landau, D. (2014). *Lighting for Cinematography: A Practical Guide to the Art and Craft of Lighting for the Moving Image (The CineTech Guides to the Film Crafts)*. Bloomsbury Academic.
- Male, A. (2007). *Illustration: a theoretical and contextual perspective*. Bloomsbury Visual Arts.
- Masduki, Prihartini, E., & Abdullah, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi KeputusanKuliahDi Perguruan TinggiSwasta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1).
<http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- McKinsey. (2023, September 12). *Survey: Gen Z Lebih Lama Main Medsos dari Generasi Lain.* . <https://Dataindonesia.Id/Internet/Detail/Survei-Gen-z-Lebih-Lama-Main-Medsos-Dari-Generasi-Lain>.
- Morwani, S., & Agarwal, K. (2024). DIGITAL PHOTO DRAWING: EXPLORING THE SYNERGY OF PHOTOGRAPHY AND ILLUSTRATION. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5, 268–277. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.iICETDA24.2024.1387>
- Nita, D. (2024, October 16). *Tren Fast Beauty Ancam Lingkungan, Sumbang 6,8 juta Ton Limbah Plastik per Tahun di Indonesia.*
<https://www.kompas.tv/lifestyle/546295/tren-fast-beauty-ancam-lingkungan-sumbang-6-8-juta-ton-limbah-plastik-per-tahun-di-indonesia>.
- Ramot, C. (2024, September 30). *Mengenai Istilah Fast Beauty Skincare dan Mengapa Produk Ini Makin Populer.* <https://www.klikdokter.com/info-sehat/kulit/istilah-fast-beauty-skincare>.
- Richardson, G. T. (1985). *Illustrations: Everybody's Complete and Practical Guide* (1st ed.). Humana Totowa.
- Shalmont, J. (2020). Sustainable Beauty Kesiapan Konsumen di Indonesia. *Law Review*, 20(2), 138–168.
- Situmeang, S. S., & Claretta, D. (2024). Kampanye Slow Beauty Skincare di Kalangan Member Female Daily. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 371–387. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.3924>

- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3, 38–45.
- Vildira, R., & Dewi, S. M. (2024). Pengaruh Konten Tutorial Kecantikan di Instagram Terhadap Minat Beli Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pariwisata Indonesia (Tamasya)*, 1(4), 7–16. <https://doi.org/10.62383/tamasya.v1i4.103>
- Yuliana, Y. (2023). The Role of Media for Communication During the Disaster. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.35912/jasispol.v3i1.1940>

