

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Agustina, S. B. (2022). Men With Gender Minority As A Beauty Influencer On Tiktok. *Journal of Development and Social Change*, 5.
- Anbiya, D. (2024). *Presentasi Diri Mahasiswa Fisip Universitas Andalas dalam Media Sosial TikTok (Studi Dramaturgi Terhadap 5 Orang Mahasiswa TikTokers Universitas Andalas)*. Universitas Andalas.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2024). *Kota Padang dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Padang.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2025). *Kota padang dalam Angka 2025*. <https://padangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjkzIzI=-proyeksi-2020-2035-jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-di-kota-padang.html>
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press.
- Buttler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Dwi Yanti, E., Tayan, A., & Samudra, M. L. (2024). Pengaruh Konten Kreator Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FIKOMM Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2023. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 123–128. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1448>
- Ekawati, T. R. (2023). *Resepsi Gender dalam Beauty Vlogger Laki-Laki*. Universitas Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Edisi Pert). Prenadamedia Group.
- Fakih, M. (1996). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar Offset.
- Fatika, R. A. (2024). *10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024*. Oktober. https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI?utm_source=chatgpt.com
- Fiske, J. (2016). *Television Culture*. London: Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Signifying Practices*. Sage Publication.
- Hall, S. (2016). *The Work of Representation, Dalam Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*. Sage.
- Islam, H. N. (2021). *Persepsi Pria Androgini dalam Konten YouTube Jovi Adhiguna Hunter*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*

(edisi kedua). Sage Publication,Ltd.

Liedfray, T., Fonny J. Waani, & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2.

Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (EdisiRevis). PT.Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (EdisiRevis). PT.Remaja Rosdakarya.

Panayanti, J., Prasetyo, H., Sari, Y., & Ani, Y. (2024). *Bentuk Representasi Diri Fashion Stylist Pada Media Sosial Instagram*. 2(2).

Riza, A., & Perbawani, P. S. (2021). Endorser Laki-Laki Produk Kosmetik Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 79–90. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss2.art1>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sumardiono, N. (2022). Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 109. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.3056>

TikTok. (n.d.). *How to use TikTok features*. TikTok Help Center. <https://support.tiktok.com/en>

