

## **PENGARUH KONTEN YOUTUBE *FEMALE DAILY* TERHADAP WAWASAN PENGGUNAAN *SKINCARE* PADA WANITA BERKULIT WAJAH KOMBINASI**

**Angela Zefanya Tiur Simanjuntak,**

**Eti Herawati, Neneng Siti Silfi Ambarwati**

[angelazefanya5@gmail.com](mailto:angelazefanya5@gmail.com) [herawatihetami@gmail.com](mailto:herawatihetami@gmail.com)

[neneng\\_ambarwati@yahoo.co.id](mailto:neneng_ambarwati@yahoo.co.id)

**Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta,**

### **Abstrak**

*Female Daily* merupakan aplikasi media sosial yang terhubung dengan YouTube dimana konten yang disediakan berupa informasi mengenai dunia kecantikan. Dengan adanya aplikasi ini dapat memudahkan para penggunanya terkhususnya untuk wanita yang memiliki tipe kulit wajah kombinasi dalam mengetahui cara merawat kulit dan menggunakan *skincare* dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten YouTube *Female Daily* terhadap wawasan penggunaan *skincare*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Prodi Tata Rias angkatan 2019 – 2021. Sampel yang digunakan sebanyak 61 responden dan metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan menggunakan *google form*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dengan menggunakan SPSS 25 pada nilai *Kolmogorov - Smirnov* sebesar  $\text{Sig. } 0,200 > 0,5$  yang berarti data berdistribusi normal. Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditunjukkan pada nilai *pearson correlation* sebesar 0,637 dan nilai *R Square* sebesar 0,406, dimana kesimpulannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka hasil penelitian ini ialah terdapat pengaruh positif dengan besar kontribusi variabel X sebesar 40,6% terhadap variabel Y.

**Kata Kunci:** *Female Daily*, konten YouTube, Wawasan, Kulit Kombinasi

**Abstract**

*Female Daily is a social media application connected to YouTube where the content provided is in the form of information about the world of beauty. With this application, it can make it easier for users, especially women who have combination facial skin types, to know how to care for their skin and use skincare properly. This study aims to determine the effect of YouTube Female Daily content on insight into skincare use. The type of research used is quantitative. The population were female students at the Jakarta State University Study Program in Cosmetology class 2019 – 2021. The sample used was 61 respondents and the data collection method used a questionnaire using the Google form. The results obtained using SPSS 25 on the Kolmogorov – Smirnov value are Sig. 0.200 > 0.5 which means that the data is normally distributed. The results of hypothesis testing that has been carried out are shown at a Pearson correlation value of 0.637 and an R Square value of 0.406, where the conclusion is that Ho is rejected and Ha is accepted, so the results of this study are that there is a positive with the contribution of variable X is 40.6% to variable Y.*

**Keywords:** Female Daily, Content YouTube, Insight, Combination Skin

## Pendahuluan

Di era yang modern ini, informasi - informasi tidak lagi hanya bisa kita dapatkan melalui media cetak seperti majalah, buku, dan lainnya. Namun, sekarang ini dapat dengan mudah ditemukan melalui internet. Dengan kemajuan internet membuat berbagai aplikasi media sosial juga ikut berkembang dimana platform yang disediakan menyajikan informasi yang *update* sehingga, membuat orang tertarik untuk menggunakannya. Selain itu, para penggunanya akan merasa nyaman dan semakin berminat untuk mencari informasi yang dibutuhkan pada platform dan aplikasi media sosial tersebut. YouTube merupakan sebuah aplikasi yang dibuat dalam bentuk *video sharing* pada tahun 2005 dimana memiliki manfaat sebagai sarana informasi dan komunikasi dengan konsep berbagi video secara *online*. YouTube memberikan kebebasan para penggunanya untuk berkreasi dengan berbagai macam konten yang sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah dibuat. Selain YouTube, aplikasi media sosial yang menyediakan banyak informasi khusus mengenai kecantikan serta terkoneksi dengan aplikasi YouTube adalah *Female Daily*.

Media yang digunakan oleh *Female Daily* berbentuk website dan aplikasi yang dapat diunduh pada *smartphone*. Di dalam aplikasi *Female Daily* tercatat pada tahun 2015 terdapat 7.500.000 tampilan halaman yang diakses per bulan, 18.000 utas forum, 4.500.000 forum post dan 450 pengguna baru per harinya 500 merek kecantikan, dan 350 acara komunitas (Network, n.d.). Aplikasi ini memiliki sebuah kunci informasi yang paling berperan pada aplikasi adalah *review* produk. Salsabil dan Arfa (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pengguna aplikasi ini pada kolom *review* dimana tidak dapat diketahui kebenaran dan keakuratannya. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki reaksi yang berbeda pada sebuah produk.

Permasalahan yang mayoritas dialami oleh wanita umumnya adalah permasalahan kulit terutama kulit wajah dan masih banyak diantaranya yang belum memeriksa jenis kulit wajah mereka sendiri. Berdasarkan data dari hasil analisis data yang dilakukan oleh Benedicta *et al* (2022) terdapat 57,4% remaja wanita belum mengetahui jenis kulit mereka dan beberapa diantaranya masih kurang paham cara mengatasi permasalahan kulitnya serta kurangnya pengetahuan akan jenis dan penggunaan produk – produk *skincare*. Salah satu jenis kulit wajah yang memerlukan kewaspadaan dan kecermatan dalam merawatnya adalah kulit wajah tipe kombinasi. Merawat kulit wajah tipe kombinasi bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Wanita yang memiliki tipe kulit wajah ini harus mengetahui, memperhatikan dan juga cermat dalam memilih beberapa

produk *skincare* yang cocok untuk tipe kulit wajah ini. Di setiap area wajah yang tipe kulitnya berbeda akan memberikan reaksi yang berbeda – beda pula pada pemakaian suatu produk *skincare* yang sama. Selain itu, langkah – langkah penggunaan *skincare* juga harus tepat agar dapat berfungsi dengan baik pada kulit wajah tipe kombinasi. Seperti urutan pemakaian produk *skincare* wajah yang dimulai dari tekstur yang lebih cair hingga pada tekstur yang lebih padat, pemilihan pembersih wajah yang tepat, melakukan eksfoliasi, pemilihan dan penggunaan masker wajah yang tepat, mengetahui kandungan – kandungan apa saja yang terdapat pada produk *skincare* yang tidak dapat digunakan secara bersamaan, mengetahui kandungan apa yang tidak cocok pada kulit dengan cara mencoba produk – produk *skincare* dan lain sebagainya.

Dari latar belakang tersebut dimana banyaknya jumlah pengguna aplikasi *Female Daily* serta fitur video blog yang terhubung dengan platform YouTube ini menarik penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui lebih dalam lagi mengenai dampak yang diberikan oleh konten – konten yang ada pada akun YouTube *Female Daily* terhadap wawasan yang didapatkan oleh para penggunanya, terkhusus pada wanita yang memiliki tipe kulit wajah kombinasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten YouTube *Female Daily* terhadap wawasan penggunaan *skincare* pada wanita yang memiliki tipe kulit wajah kombinasi (survei pada mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Prodi Tata Rias Angkatan 2019 – 2021). Maka perumusan hipotesis yang akan diuji dari penelitian ini adalah  $H_0$  : tidak terdapat pengaruh positif dari konten YouTube *Female Daily* terhadap wawasan penggunaan *skincare* pada wanita berkulit wajah kombinasi dan  $H_a$  : terdapat pengaruh positif dari konten YouTube *Female Daily* terhadap wawasan penggunaan *skincare* pada wanita berkulit wajah kombinasi.

## Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert* 1 – 4 (sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi aktif S1 prodi Tata Rias Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 – 2021. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 157 mahasiswi aktif. Pengambilan sampel pada penelitian ini, peneliti harus menentukan besar sampel yang dibutuhkan sebelum data akan diambil untuk melakukan penelitian. Untuk perhitungan sampel akan menggunakan metode slovin dengan tingkat kesalahan 10% agar sampel yang diambil dapat benar – benar mewakili populasi dengan rumus seperti berikut ini (Nugrahaeni, Wulandari, & Agustin, 2022) :

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah minimum responden

N = Besar Populasi

d = derajat kepercayaan 10% (0,1)

Hasil dari perhitungan besar sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah sebanyak 61,1 dan dibulatkan menjadi 61. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Propotionate Stratified Random Sampling* dimana teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota yang heterogen dan berstrata secara proporsional (Wiyono, 2020).

### Definisi Operasional

Pada variabel X, terdapat indikator – indikator intensitas YouTube pada penelitian (Jusri, 2020:25) yang dapat diidentifikasi, yaitu durasi, frekuensi, intensitas pengetahuan. Selain itu,

indikator yang terdapat pada konten YouTube *Female Daily* adalah isi konten yang merupakan pesan atau informasi berbentuk video dan diunggah oleh *Female Daily* pada akun YouTubanya. Pada variabel Y, sebelum melakukan perawatan kulit wajah, seseorang harus mengetahui tipe kulit wajah yang dimiliki agar tidak salah dalam memilih dan menggunakan produk *skincare*. Maka diperlukan pemahaman mengenai jenis kulit, produk *skincare*, dan langkah – langkah penggunaan *skincare* yang tepat.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis univariat dan analisis bivariat. Analisis univariat bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan karakteristik responden penelitian seperti jenis kelamin, angkatan, dan gambaran tingkat pengetahuan responden. Sedangkan, analisis bivariat bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian. Analisis bivariat dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Selain itu uji lainnya yang digunakan adalah uji normalitas dan uji linieritas

## Hasil dan Pembahasan

### Deskripsi Data

Deskripsi data dari penelitian ini terdiri dari data hasil instrument penelitian Konten YouTube *Female Daily* dan Wawasan Penggunaan *Skincare* pada wanita berkulit wajah kombinasi dimana dilakukan pada mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Prodi Tata Rias Angkatan 2019 – 2021. Berikut ini merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada variabel X dan variabel Y. Masing – masing pernyataan sebanyak 24 item untuk variabel X dan 21 item untuk variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. Data Konten YouTube *Female Daily***

Jumlah Responden	61
Min	60
Max	96
Rentang	36
Mean	76,15
Median	75
Modus	74
Standar Deviasi	8,096

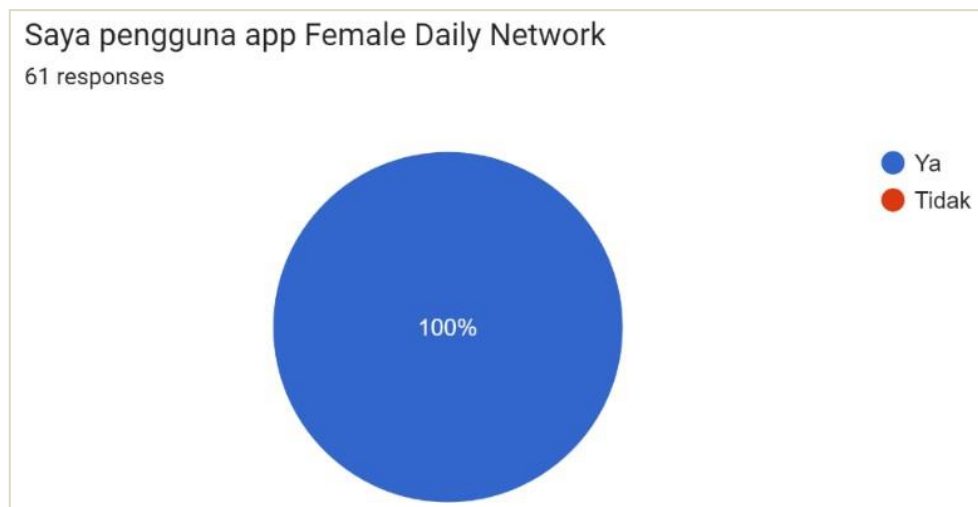
Sumber: Data olahan peneliti (2023)

**Tabel 2. Data Wawasan Penggunaan *Skincare***

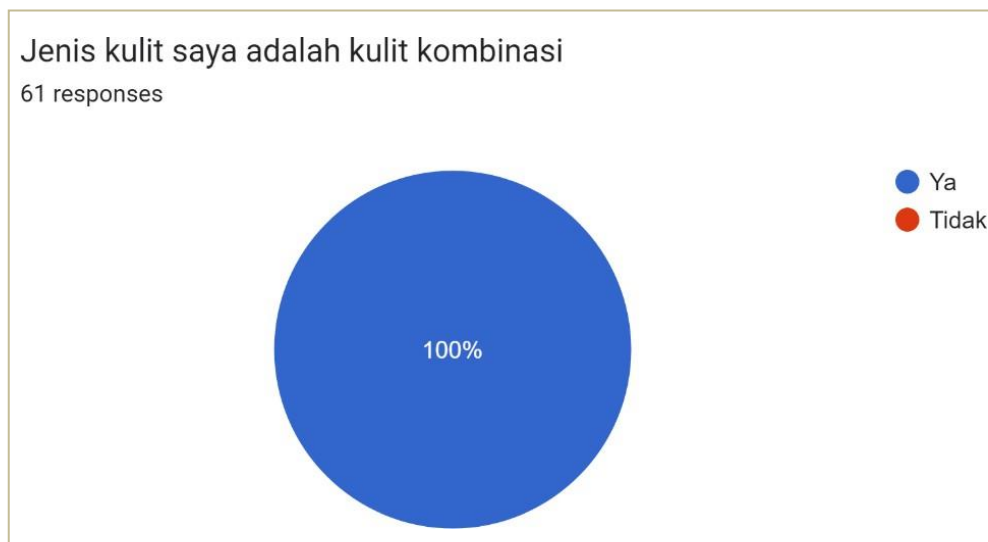
Jumlah Responden	61
Min	57
Max	84
Rentang	27
Mean	70,45
Median	73
Modus	73
Standar Deviasi	6.048

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Mahasiswi angkatan 2019 – 2021 dapat menjadi seorang responden jika memenuhi kriteria wajib dalam penelitian ini yang sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu responden merupakan pengguna dari aplikasi *Female Daily* dan memiliki jenis kulit wajah tipe kombinasi. Berikut ini adalah hasil dari 61 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian dengan menggunakan *G-form* yang memenuhi kriteria wajib yang telah ditentukan oleh peneliti dimana hasil data jawaban ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran (*pie chart*) sebagai berikut :



**Gambar 1. Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Pengguna *Female Daily***  
 Sumber: Data olahan peneliti (2023)



**Gambar 2. Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kulit Kombinasi**  
 Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Hasil Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk pengujian normalitas variabel Konten YouTube *Female Daily* (X) dan variabel Wawasan Penggunaan *Skincare* (Y) dengan menggunakan

bantuan program SPSS versi 25 dan dengan kriteria pengujian yang diajukan adalah sebagai berikut:

Jika nilai Sig. > 0,05, maka data berdistribusi normal, dan

Jika nilai signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

Hasil dari uji normalitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut, yaitu :

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data (Kolmogrov - Smirnov)**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.66262446
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.075
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data olahan peneliti (2023)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,200 > 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) berdistribusi normal.

#### Hasil Uji Linieritas

Berikut ini adalah hasil dari uji linieritas variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan menggunakan SPSS 25 dan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika nilai *Sig. deviation from linearity* > 0,05 maka terdapat hubungan linier dan

Jika nilai *Sig. deviation from linearity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier

Hasil dari uji linieritas yang telah dilakukan digambarkan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Hasil Uji Linieritas**

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Wawasan Penggunaan Skincare *	Between Groups	(Combined) 1382.875	27	51.218	2.081	.023
	Linearity	890.744	1	890.744	36.188	.000
Konten YouTube Female Daily	Deviation from Linearity	492.132	26	18.928	.769	.753
	Within Groups	812.272	33	24.614		
Total		2195.148	60			

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas yaitu hasil dari uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai *Sig. deviation from linierity* adalah  $0,753 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara Konten YouTube *Female Daily* dengan Wawasan Penggunaan *Skincare*.

#### Hasil Analisis Bivariat (Uji Regresi Linier Sederhana)

Berikut ini adalah hasil dari analisis bivariat yang telah dilakukan untuk mengetahui hubungan dan arah hubungan antar variabel X dengan variabel Y dengan menggunakan SPSS 25 dan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka berhubungan

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak berhubungan

Adapun hasil dari pengujian analisis bivariat dengan menggunakan program SPSS versi 25 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5. Hasil Analisis Bivariat (Uji Regresi Linier Sederhana)**

		Konten YouTube Female Daily	Wawasan Penggunaan Skincare
Konten YouTube Female Daily	Pearson Correlation	1	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	61	61
Wawasan Penggunaan Skincare	Pearson Correlation	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	61	61

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data olahan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antar variabel Konten YouTube *Female Daily* (X) dan variabel Wawasan Penggunaan *Skincare* (Y). Selain itu, dapat dilihat juga bahwa nilai *Pearson Correlation* variabel X dan variabel Y adalah  $0,637$ , maka dapat disimpulkan bahwa arah hubungan antar variabel Konten YouTube *Female Daily* (X) dan Wawasan Penggunaan *Skincare* (Y) adalah positif.

#### Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan yaitu analisis univariat, uji normalitas, uji linieritas, dan uji regresi linier sederhana dimana dapat diketahui bahwa variabel Konten YouTube *Female Daily* (X) dan variabel Wawasan Penggunaan *Skincare* (Y) berdistribusi normal dan terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel tersebut. Selain itu, variabel Konten YouTube *Female Daily* (X) dan variabel Wawasan Penggunaan *Skincare* (Y) memiliki hubungan atau korelasi dan arah hubungan antar variabel tersebut adalah positif.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Ketua umum perusahaan kosmetika Indonesia (PERKOSMI) yaitu Sancoyo Antarikso mengemukakan sebuah pernyataan yaitu, pesatnya pertumbuhan industri kecantikan di negara Indonesia ditopang dari para perempuan Indonesia yang memiliki kesadaran yang sangat tinggi terhadap perawatan kulit (Trivena & Erdiansyah, 2022). Maka, platform – platform kecantikan

yang salah satunya adalah *Female Daily* dapat membantu para wanita untuk mengetahui berbagai macam produk kecantikan yang ada.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang terbagi dalam empat kategori, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dan dalam kuesioner tersebut terdapat dua tipe pernyataan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Karakteristik responden dalam penelitian ini diringkas dengan menggunakan statistik deskriptif berupa tabel dan diagram agar data lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan bermakna. Peneliti telah menentukan besar sampel responden yang dibutuhkan dengan menggunakan rumus. Setelah dilakukan perhitungan besar sampel, dari jumlah mahasiswi angkatan 2019 – 2021 sebanyak 157 menjadi sebanyak 61 sampel responden yang dibutuhkan dengan dua kriteria yaitu responden harus merupakan pengguna *Female Daily* dan harus memiliki tipe kulit wajah kombinasi. Setelah disebarkannya kuesioner pada seluruh mahasiswi angkatan 2019 – 2021, peneliti telah mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria yang ada dengan jumlah sampel responden yang diperlukan yaitu sebanyak 61.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti telah membuktikan bahwa terdapat hubungan antara Konten YouTube *Female Daily* dengan Wawasan Penggunaan *Skincare*, dimana hasil dari pengujian hipotesis pertama ini adalah  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Nilai *pearson correlation* dari hasil pengujian sebesar 0,637, yang memiliki pengertian bahwa hubungan antara Konten YouTube *Female Daily* dengan Wawasan Penggunaan *Skincare* adalah positif. Dari hasil pengujian yang dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (*R Square*) yaitu sebesar 0,406 membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dari Konten YouTube *Female Daily* terhadap Wawasan Penggunaan *Skincare*. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. Jika semakin tinggi konten – konten YouTube *Female Daily* yang dihadirkan maka semakin tinggi wawasan para wanita yang memiliki kulit wajah kombinasi dalam penggunaan *skincare*.

## Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Program Studi Tata Rias angkatan 2019 – 2021 dan analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hasil penelitian dapat disimpulkan yang pertama, hasil pengujian validitas dan reliabilitas pada variabel X dan variabel Y terdapat total 45 pernyataan yang valid dan reliabel. Yang kedua, pada hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 25, terbukti bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi normal. Selain itu, terdapat hubungan yang linier antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya adalah positif. Yang terakhir, telah terbukti bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel X terhadap Variabel Y. Maka, dapat ditarik kesimpulannya bahwa dari hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dimana memiliki pengertian “Terdapat pengaruh positif dari konten YouTube *Female Daily* terhadap wawasan penggunaan *skincare* pada wanita yang memiliki tipe kulit wajah kombinasi”.

Adapun saran yang disampaikan dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda dan sangat diharapkan dapat menggali informasi lebih luas tentang *Female Daily*. Selain itu, sangat diharapkan juga dapat memperbaiki keterbatasan yang ada pada penelitian ini dan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan luas serta menambahkan referensi penelitian yang terbaru, dimana tujuannya agar hasil penelitian selanjutnya lebih akurat. Terlebih lagi, untuk penelitian selanjutnya, dapat memperluas atau menambahkan variabel penelitian seperti *brand*, *review*, dan lain – lainnya yang dapat diteliti apakah variabel – variabel tersebut dapat

memberikan dampak atau pengaruh terhadap wawasan dalam menggunakan *skincare* wajah pada wanita.

## Daftar Referensi

- Benedicta, Y. G., Pranayama, A., Sutanto, R. P., & Komunikasi, D. (2022). Perancangan Media Edukasi Untuk Membantu Remaja Wanita Dalam Mengenai Jenis Kulit Sebelum Menggunakan Skincare. *Jurnal Universitas Kristen Petra*, 1–9.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. Retrieved from [www.mitrawacanamedia.com](http://www.mitrawacanamedia.com)
- d. Linda Rosalinda, M. B. M. (2021). *Manfaat Gambir untuk Kecantikan Kulit Wajah* (S. Prof. Dr. dr. Indrawati Lipoeto, M, Ed.). Padang: CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH.
- 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>
- Faizal, M., Abdillah, M. F., Sari I.M.S, D. A., Setiadi, W., Octavia, D., Suhendari, W., & Soewardikoen, D. W. (2018). Penggunaan Website Portal Berita Sebagai Media Informasi Untuk Mahasiswa. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 34–42. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i1.217>
- Gaol, E. Y. L. (2021). *PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE JENIS ESSENCE (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan dalam Membeli Produk Perfect Hydrating Treatment Essence Avoskin di Kalangan Member Female Daily App)*.
- Hasanah, N. (2020). *Hubungan Motif dan Pemanfaatan Media Sosial Youtube untuk Memperoleh Informasi Kecantikan*.
- Hastuty, M., Fahmi, & L.Rosidah. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Youtube Terhadap Perkembangan Sosial Anak Usia 4-5 Tahun. *Jurnal Pelita PAUD*, 6(1), 102–109. <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v6i1.1511>
- Herdayati, S.Pd., M. P., & Syahrial, S. T. . (2019). DESAIN PENELITIAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Ifadah, M. (2020). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PERILAKU POSITIF SISWA KELAS 5 DI MI NURUL IMAN KEBONSARI MADIUN TAHUN AJARAN 2019/2020*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Jusri. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Youtube terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar*. Retrieved from <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/19224/1/JUSRI-01011.pdf>
- Kamaruddin, K., Dwi, L., Wafa, M. A., Komunikasi, I., Islam, U., Arsyad, K., ... Kapuas, D. K. (n.d.). *PERAN MEDIA YOUTUBE DALAM PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK PADA*.
- Khodijah, L., Latifah, R., & Adharani, Y. (2022). *Identifikasi Jenis Kulit Wajah Menggunakan K-Nearest Neighbor*.
- Kusumaningrum, S. D. (2021). Kajian pustaka dalam penentuan tipe dan permasalahan kulit wajah. *Kajian Pustaka Dalam Penentuan Tipe Dan Permasalahan Kulit Wajah*, 1(1), 17–21.
- Maarif, V., Nur, H. M., & Septianisa, T. A. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *EVOLUSI : Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(2), 73–80. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i2.6755>

- Network, F. D. (n.d.). About Us. Retrieved January 15, 2021, from <https://femaledaily.com/about>
- Nugrahaeni, F., Wulandari, N., & Agustin, M. (2022). *Tingkat Pengetahuan , Sikap , dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Kosmetik di Kecamatan Duren Sawit DKI Jakarta*. 7(2), 119–122. <https://doi.org/10.18860/jip.v7i2.16050>
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159–172. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>
- Putri, H. K. E., & Fuady, M. E. (2018). Hubungan antara Tayangan Youtube “Female Daily Network” dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Netizen: The Relations of Youtube Show “Female Daily Network” with Netizen Informations Needs. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 714–718. Retrieved from <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/12546> (accessed 13 July 2020).
- Salsabil, Z., & Arfa, M. (2019). Efektifitas Website Femaledaily.com dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. *Jurnal Ilmu Perpustakaan - Universitas Diponegoro*, 8(2), 199–210.
- Sari, L. (2020). Upaya Menaikkan Kualitas Pendidikan dengan Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Tawadhu*, 4(1), 1074.
- Sasmita, R. S. (2020). Research & Learning in Primary Education Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 1, 1–5.
- Silvia, C., & Atnan, N. (2019). PENGARUH TESTIMONIAL REVIEW BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA BANDUNG (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1714–1721.
- Trivena, J., & Erdiansyah, R. (2022). *PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEWS PADA APLIKASI FEMALE DAILY NETWORK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC*. 1.