

## DAFTAR PUSTAKA

- Alaslan, A. (2021). Persepsi Masyarakat Dan Kepemimpinan Perempuan.
- Aprila, Dwi Ratna. 2005. Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Aprilita, D. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan\_girl). *Jurnal Paradigma*, 4(3).
- Ariani, M. (2015). Representasi Kecantikan Wanita Dalam Film “200 Pounds Beauty” Karya Kim Young Hwa. Kalimantan: *eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 3(4), 320-332.
- Aslam, M. N. (2022). Iklan, Gaya hidup dan Perilaku Konsumen. OSF.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, T. (1966). Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality*. Anchor Book.
- Berger, P. dan Thomas Luckmann. (1966). *The Social Construction of Reality*. England: Penguin Group.
- Creswell, J. W. 2016. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dewi, N. K., & SE, G. A. (2012). Pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan vaseline hand and body lotion di kota Padang (studi kasus di PT. Unilever cabang padang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 3. 2.
- Diananda, A. (2019). Psikologi remaja dan permasalahannya. *ISTIGHNA: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1(1), 116-133.
- Evita, J. (2020). Sebuah Jurnal Komunikasi Mengenai" Pemaknaan Campaign# BeAdored Melalui Konten Instagram dan Website By Lizzie Parra (BLP) Beauty Terhadap Standar Kecantikan Wanita Indonesia": Analisis Deskriptif Kualitatif dengan Metode Semiotika Roland Barthes untuk Pemaknaan Campaign# BeAdored Melalui Konten Instagram dan Website By Lizzie Parra (BLP) Beauty Terhadap Standar Kecantikan Wanita Indonesia.

- Faadhilah, F. N. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Studi Kasus Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 133-142.
- Fatmawaty, R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Reforma: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2).
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram@ springsummerstyle. *Koneksi*, 7(1), 248-255.
- Hawari, I. (2019). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @Indoclubbing (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Husna, Fauzia. 2022. Melawan Hegemoni Standar Kecantikan dalam Iklan Dove Tahun 2017. *Kompasiana*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/fauziahusnaa4117/62c54a1bbb448657ae6a0622/melawan-hegemoni-standar-kecantikan-dalam-iklan-dove-tahun-2017>
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*. 2 (2).
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi pada Kemampuan Media Baru dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Eksresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Kecantikan. 2016. Pada KBBI Daring. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kecantikan>
- Lokadata.id. (2020). Orang Indonesia dan Jerat Standar Penampilan. <https://lokadata.id/artikel/kaum-lajang-dan-jerat-standar-penampilan>
- Mahanani, D. (2020). Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mustain, I. (2015). Kemampuan membaca dan interpretasi grafik dan data: Studi kasus pada siswa kelas 8 SMPN. *Scientiae Educatia: Jurnal Pendidikan Sains*, 4(2).
- Pemahaman Tentang Standar Kecantikan. *Jurnal Kumawula*, 3(3).

- Prabadewi, K. D. L., & Wideasavitri, P. N. (2014). Hubungan konsep diri akademik dengan motivasi berprestasi pada remaja awal yang tinggal di panti asuhan di denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(2), 261-270.
- Putra, R. A. (2019). Konstruksi Maskulinitas Laki-Laki Melalui Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Produk Susu L-Men Gainmass (Analisis Semiotika John Fiske). *Dialogia: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 16(1), 43-61.
- Riana. Reza (2012). *Kekeerasan dalam Pacaran*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ristanti, M. (2021). *Penerimaan Diri Dan Harga Diri Pada Wanita Yang Mengalami Body Shaming*.
- Saputro, K. Z. (2018). Memahami ciri dan tugas perkembangan masa remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 17(1), 25-32.
- Saragih, M. Y. (2019). Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- Sari, W. P. (2015). Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa). *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 198-206.
- Shavira, D. (2016). Sikap Remaja Perempuan Surabaya Mengenai Pesan Iklan Pond's White Beauty versi "Wajah Baru Indonesia". *Jurnal e-Komunikasi*, 4(1).
- Soedarso, S., Nurif, M., Sutikno, S., & Windiani, W. (2013). *Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya*. Jurnal Sosial Humaniora.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, G. A., & Ridwan, A. (2021). *Kaian Metonimia Pada Teks Iklan Fanta*. Identitaet.
- Syarifah. (2022, November 2022). *Insecure Jadi Penyebab Utama Pelaku Bullying*. Chat News. Diakses dari <https://chatnews.id/read/insecure-jadi-penyebab-utama-pelaku-bullying>
- Syata, N. (2012). *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin)*.

- Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(1).
- Tindangen, M., Engka, D. S., & Wauran, P. C. (2020). PERAN PEREMPUAN DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA (STUDI KASUS: PEREMPUAN PEKERJA SAWAH DI DESA LEMOH BARAT KECAMATAN TOMBARIRI TIMUR KABUPATEN MINAHASA). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03).
- Wardhani, D. (2008). *Media relations: Sarana membangun reputasi organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (Edisi Kedu)*. Mitra Wacana Media.
- Winarni, R. W. (2010). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan. *Deiksis*, 2(02), 134-152.
- Windsari, A., Pratiwi, M. R., & Yusriana, A. (2017). Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang Dalam Iklan Shinzui Body Cleanser. Semarang: *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro (Udinus)*, 47(1), 35-50.
- Wolf, Naomi. 1991. *The Beauty Myth*. HarperCollins, New York.
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terjemahan *The Beauty Myth*. Yogyakarta: Niagara.