

## DAFTAR PUSTAKA

- Anzani, W. A. (2018). Web Series Sore Sebagai Media Baru Kampanye Digital Hidup Sehat. In *Skripsi S1 Ilmu Komunikasi*. Universitas Sultan Agung Tirtayasa.
- Brewis, A. (2011). Body Norms and Fat Stigma in Global Perspective. *The University of Chicago Press Journals*.  
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/659309>
- Budiono, D. Y. (2015). *REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN (Studi Deskriptif Kualitatif Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Garnier Sakura White Versi Pevita Pearce di Televisi)*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Dewanda, B. (2020). *BLP Beauty Rilis 12 Warna Foundation yang Inklusif untuk Wanita Indonesia Stories*. <https://www.ussfeed.com/blp-beauty-rilis-12-warna-foundation-yang-inklusif-untuk-wanita-indonesia/>
- Diana, A. (2017). *CHANNEL YOUR BRAND'S INNER BEAUTY*. February 2017, 26–30.
- Dianasari, K. A. A., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2021). REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN POND'S "Perfecting Cream Ft Maudy Ayunda." *E-Jurnal Medium*, 1(2), 146–147. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/69478>
- Djaya, ashad kusuma. (2007). *Natural Beauty Inner Beauty : manajemen diri*

*maraih kecantikan sejati dari khazanah tradisional* (O. Sukatno (ed.)). Kreasi Wacana.

Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1–18.

<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>

Elita, D. (2013). Mempertanyakan Stereotip Kecantikan (Analisis Semiotika Tentang Representasi Kecantikan Dalam Film Adaptasi Snow White and the Huntsman (2012) Dan Mirror Mirror (2012)). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 15–33. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art2>

Fachruddin, A. (2012). *Dasar – Dasar Produksi Televisi*. Kencana.

Huda, N. (2021). REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM FILM SEMIOTIKA ROLAND BARTHES ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6, 1–10.

Ismail Suparjo. (2017). *Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Veet Versi Julies Beauty Secret (Analisis Semiotika Roland Barthes Di Televisi)* [Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8021/1/Ismail Supardjo.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8021/1/Ismail%20Supardjo.pdf)

Kartika. (2021). *Ini Cara Menentang Standar Kecantikan yang Tak Masuk Akal*.

Kumalaningtyas, N., & Sadasri, L. M. (2018). Citra Tubuh Positif Perempuan Dalam Iklan Video Digital (Studi Femvertising Pada Iklan Dove Real Beauty). *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 62–73.

<https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.19>

- Maharani, A. (2021). *Tiga brand lokal kosmetik ini suarakan kecantikan inklusif* 31.
- Mecadinisa, N. (2020). *Segera Hadir , Startup yang Mengajarkan Perempuan Indonesia Berkarier di Industri Kecantikan*. <https://www.fimela.com/beauty-health/read/4305132/segera-hadir-startup-yang-mengajarkan-perempuan-indonesia-berkarier-di-industri-kecantikan>
- Nasrullah, R. (2015). *MEDIA SOSIAL; PERSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA DAN SOSIOTEKNOLOGI*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurafia, R. (2021). *MITOS DALAM NOVEL DAWUK: KISAH KELABU DARI RUMBUK RANDU KARYA MAHFUD IKHWAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA DI SMA (KAJIAN: MITOS ROLAND BARTHES)*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Pratiwi, R. Z. B. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi). *Jurnal An-Nida*, 10(2), 133–143.
- Purbohastuti, A. . (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Rachmat, K. (2007). *TEKNIS PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*. Kencana.
- Rahmawati, A. (2019). *Media dan Gender (Sebuah Pengantar)*. PRANADA

MEDIA GROUP.

- Sandhy, A. (2016). Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan Dalam Media Online Femaledaily.com. *Interaksi Online*, 4(4), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/13271>
- Sari, A. T. P. (2017). ‘Tidak Menang Tampang Doang’: Kombinasi Outer dan Inner Beauty di Kalangan Mahasiswi. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 3(1), 22–47.
- Sobur, A. (2004). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sudikin, B. (2002). *METODE PENELITIAN KUALITATIF PRESPEKTIF MIKRO*. Insan Cendikia.
- Wibowo, I. S. W. (2011). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Winarni, R. (2010). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan. *Deiksis*, 2(2), 134–152.
- Winker, K. (2021). *The Rise of Inclusivity in the Beauty Industry*. <https://digitalbeauty.com/inclusivity-in-beauty/>
- Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. harper collins.