

## DAFTAR PUSTAKA

- ANANTHI, D. (2018). *HUBUNGAN ANTARA PERFEKSIONISME DENGAN GANGGUAN DISMORFIK TUBUH PADA REMAJA*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Aprilita, D. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pauan\_girl). *Jurnal Paradigma*, 4(3).
- Bahri, S. (2016). *Pengaruh gender dan kualitas pelayanan terhadap intensitas menabung nasabah di Bank Sampah Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3).
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016*, 42.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, T. (1966). *Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. The Social Construction of Reality*. Anchor Book.
- Boyd, D. (2009). *Social Media is Here to Stay...Now what?* Redmont.
- Buchbinder, D. (2013). *Studying Man and Masculinities*.
- Creswell, J. W. 2016. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Darwin, C. (2008). *The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex*. Princeton University Press.
- During, S. (1993). *The Cultural Studies Reader. Encoding, Decoding*. Routledge.
- Fahrimal, Y. dan A. H. (2020). Rekonstruksi Maskulinitas dalam Kerangka Kapitalisme. *Avant Garde*, 8(1).
- Fathinah, D. (2017). Maskulinitas Baru Dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House dan Tonymoly. *Jurnal Patanjala*, 9(2).
- Hall, S. (1973). ENCODING AND DECODING IN THE TELEVISION DISCOURSE. *Paper for the Council Of Europe Colloquy on "Training In The Critical Heading Of Televisual Language."*

- Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Herlijanto, A. A. (2017). Penerimaan Khalayak Perempuan Terhadap Konsep Kecantikan Iklan Televisi Produk Citra. *Jurnal Dinamika Teknologi*, 9(2).
- Indonesiaindonesia.com. (2019). *Tren Pasar Perawatan Tubuh Pria*.  
<https://indonesiaindonesia.com/tren-pasar-perawatan-tubuh-pria/>
- Indriastuti, S. (2017). Pemaknaan Khalayak Perempuan terhadap Konstruksi Kecantikan yang Ditampilkan oleh Akun Instagram Undip Cantik. *Universitas Diponegoro*.
- Kartini, D. (2015). Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi Vaseline Men Body Lotion Versi 'Darius Sinathrya. *Journal Lmu Komunikasi*, 3(4).
- KBBI. (2016a). *Kecantikan*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kecantikan>
- KBBI. (2016b). *Standar*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/standar>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- 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 Pemahaman Tentang Standar Kecantikan. *Jurnal Kumawula*, 3(3).
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19).
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- McQuail, Dennis. (2004). *Reader in Mass Communication Theory*. Sage Publication.
- McQuail, Dennis. (1997). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Salemba).
- Meike, G., & Young, S. (2012). *Media Convergence, MNetworked Digital Media in Everyday Life*. MPG Books Group.
- Mellawatie, A. dkk. (2017). Representasi Laki-Laki Metroseksual Dalam Iklan Vaseline Men Face Moisturizer. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(1).

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Norhabiba. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Interaksi*, Vol. 7, 7(1).
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Putra, R. A. (2018). Konstruksi Maskulinitas Laki-Laki Melalui Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Produk Susu L-Men Gainmass (Analisis Semiotika John Fiske). *Jurnal Dialogia*, 16(1).
- Rahadi, D. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Sari, E. (2019). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT DAN CUSTOMER TRUST PADA KLINIK KECANTIKAN DI SURABAYA*. Universitas Kristen Putra.
- Sari, N. (2019). *Konsep Diri Pria Metroseksual di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Skincare Wajah Di Bandung)*. Universitas Telkom.
- Satria, Glorious Randi Gigih, D. (2021). Penerimaan Audience Dewasa Terhadap Feminisme Dalam Film Roma. *Jurnal E-Komunikasi*, 9.
- Storey, J. (1996). *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Eidenburgh University Press.
- Suara.com. (2019). *Gara-gara Standar Fisik Ganteng, Lelaki di Indonesia Banyak yang Minder*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Sukmadinata, N. . (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosadakarya.

- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Triwidiastyty, Syifa., & Kahija, Y. F. L. (2015). Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual. *Jurnal Empati*, 4(2).
- Utami. (2021). Media Baru Dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga”. JPUA, Vol 11, No 1 (2021). *JPUA*, 11(1).
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity : A Critical History Of Social Media*. Oxford University Press.
- Vindiyanasari, P. (2018). *Tema Dan Pesan Dalam Video Blog “Wirda Mansyur” ( Analisis Isi Pada Video Blog Wirda Mansur Periode 3 Oktober 2015 – 7 Agustus 2017)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wahyuningsih, T. (2010). *Konstruksi kecantikan bagi laki-laki (Studi konstruktivisme tentang pentingnya penampilan dan makna cantik bagi mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)*. Universitas Sebelas Maret.
- Wahyuningtyas, Vina dan Agustiana, N. D. (2020). Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Idol Kpop (Studi Deskriptif Kualitatif Maskulinitas Pada Fashion Yang Ditampilkan Dalam Music Video BTS “No More Dream” Dan “Boy With Luv”). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan (KOMASKAM)*, 2(1).
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Edisi Kedu). Mitra Wacana Media.
- Winarso, H. (2005). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Prestasi Pustaka.
- Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Niagara.
- yoursay.suara.com. (2021). *Standar Kecantikan, Konstruksi Media, dan Pengaruhnya di Masyarakat*. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/24/173640/standar-kecantikan-konstruksi-media-dan-pengaruhnya-di-masyarakat>
- Yulianti, D. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond’s Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas). *Jurnal Komunikasi*, 9(1).
- Zulfitri, A. (2016). *Analisis Resepsi Khalayak terhadap Isu Feminisme dalam Film Ca Bau Kan*. <https://eprints.stikosa-aws.ac.id/id/eprint/244>