

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, T. (2012, 6 8). *Mailonline*. Retrieved from Is that his eye cream or hers? The number of men buying WOMEN'S beauty products soars by 76per cent: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2166060/Is-eye-cream-The-number-men-buying-WOMENS-beauty-products-soars-76per-cent.html>
- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama. *Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama*, 10 no 1, 22.
- Alfi, A. V. (2022). Persepsi Pria Remaja Dan Dewasa Terhadap Postingan Iklan Foundation Dear Me Beauty Series W03 Golden Sand Pad Media Sosial Instragram.
- Alleluia, B. (2023). *Geometry*. Retrieved from Beauty In Diversity: Gelombang Inklusivitas Di Industri Kecantikan: <https://www.geometry.id/stories/beauty-in-diversity-gelombang-inklusiivitas-di-industri-kecantikan>
- Aqilah, A. P., Nadya, F., & Helen. (2022, 8 22). *Prambors*. Retrieved from Daftar Negara Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia Posisi Berapa?: <https://www.pramborsfm.com/lifestyle/daftar-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-posisi-berapa/all>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Faadihilah, A. N., Pangestu, D. H., & Shidiq, K. A. (2021). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Pria Ideal dalam Iklan Shampoo Clear Man Versi Cristiano Ronaldo. *Jurnal Audiens*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11822>
- Furkan, E. B. F. F., & Putra, D. K. S. (2015). Kritik Atas Citra Kecantikan Telaah Semiotika John Fiske terhadap Representasi Feminisme Modern. *Komunikasi Konteporer*, 2(1), 320. <http://www.amazon.com/Introducing-Social-Semiotics-Introductory-Textbook/dp/0415249449>
- Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021, Juli 10). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3, 350.

- Hasibuan, L. (2022, 11 4). *CNBC Indonesia*. Retrieved from Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi#:~:text=Berdasarkan%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik,p%20erusahaan%20hingga%2020%2C6%25>.
- Jannah, L. (2016). Maskulinitas Dalam Iklan Produk Perawatan Wajah Untuk Laki-Laki (Analisis Wacana Maskulinitas Dalam Iklan Garnier Men Versi Two Men's World, Versi Urban Hero Dan Versi Joe Taslim).
- Johnson, C., & Cindy, J. (2021). *Diversity in Beauty*. 13–15.
- Laily, I. N. (2022, April 1). *Pengertian Penelitian Deskriptif, Ciri-Ciri, Jenis, dan Pelaksanaannya*. Retrieved Mei 15, 2023, from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/iftitah/berita/624689b762261/pengertian-penelitian-deskriptif-ciri-ciri-jenis-dan-pelaksanaannya>
- Liliweri, A. (2021). *Komunikasi Antar Budaya: Lima Besar Karakteristik Kepribadian*. Nusa Media.
- Massie, F. R., Erawan, E., & Boer, K. M. (2017). Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure Trans Tv Terhadap Minat Berwisata Siswa Sma Negeri 3 Samarinda. *eJournal lmu Komunikasi*, 351-363.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nissa, R. S. (2022, 10 24). *Dewiku.com*. Retrieved from Gabriel Prince Sebut 3 Alasan Pria Butuh Makeup, Bukan Berarti Kemayu: <https://www.dewiku.com/beauty/2022/10/24/124857/gabriel-prince-sebut-3-alasan-pria-butuh-makeup-bukan-berarti-kemayu>
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi Ilmu*. Jakarta: Kencana.
- Pratama, M. A. (2023). Stereotip Maskulinitas Pria Melalui Representasi Tayangan Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Head & Shoulders Versi Joe Taslim x Fadil Jaidi). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 101-109.
- Puspitawati, H. (2012). *Gender dan Keluarga: Konsep dan Realita di Indonesia*. PT IPB Press Bogor.

- Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *TEMATIK*, 29-44.
- Rahardjo, W., & Yuliani Silalahi, B. (2012). Perilaku konsumtif pada pria metroseksual serta pendekatan dan strategi yang digunakan untuk mempengaruhinya.
- Rahmawati, D. (2021, April 1). *Memahami pengertian remaja dan tahap perkembangannya*. Retrieved from sehatq: <https://www.sehatq.com/artikel/memahami-pengertian-remaja-dan-tahap-perkembangannya>
- Rambe, R. (2019). PERSEPSI DOSEN DAN KARYAWAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA TERHADAP IKLAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
- Rifchy, A. D., Hairunnisa, & Boer, K. M. (2019). PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN TENGGARONG TENTANG PROGRAM 86 NET TV DALAM MEMBENTUK CITRA POLRI. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 93-104.
- Saddoen, A. (2020, September 20). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, Teknik dan Instrumen*. Retrieved Mei 19, 2023, from TheMoonDoggies: <https://moondoggiesmusic.com/teknik-pengumpulan-data/#gsc.tab=0>
- Salim, & Syahrums. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Haidir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 46). Bandung: Citapustaka Media.
- Salma. (2023, Maret 2). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh*. Retrieved Mei 19, 2023, from Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/>
- Setianing, A., Hijrah, L., & Dwivayani, K. D. (2019). Persepsi Remaja Putri Terhadap Iklan Clean And Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda Di Youtube. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7, 129-143.
- Sewakkotama, A. D. (2012). *Representasi Bias Gender Pada Iklan Sabun Khusus Perempuan (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di Televisi)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Sihombing, E. (2015). *Pola Komunikasi Mewariskan Nilai Budaya Batak Toba Dalam Keluarga (Studi Kasus Masyarakat Batak Toba Perantauan di Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Yogyakarta).

- Simamora, G. B., N., Juwita Asmara, I., & Achelia, E. (2019). The Study of Productivity Differences between Female and Male Researcher: Case Studies in Indonesian R & D Institutions. *International Journal of Social Science and Humanity*, 9(2), 36–41. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2019.v9.987>
- Silvana, N., Jeri Condori, Villanueva-Pastrana, E. Javier, Turriate-Guzmán and A. Margarita, "Data Analytics based Gender Stereotypes Represented in the Audiovisual Narrative of the Series "You", " 2022 *International Conference on Inventive Computation Technologies (ICICT)*, pp. 242-248.
- Studi Literatur: Pengertian, Ciri-Ciri, dan Teknik Pengumpulan Datanya.* (2023, Maret 17). Retrieved Mei 19, 2023, from Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/studi-literatur/>
- Sugihartono, Nur Fathiyah, K., Harahap, F., Agus Setiawati, F., & Rohmah Nurhayati, S. (2007). Psikologi Pendidikan. UNY Press.
- Tanjung, S. (2012). Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Sumekar Tanjung Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. *Komunikasi*, 6(2), 91–104.
- Tutiasri, R. P., Kusuma, A., & Sumardjijati. (2019). Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di WhatsApp Grup. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-8.
- Utami, D. P., Melliani, D., Niman, F., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. *Journal Inovasi Penelitian*, 1, 2735-2742.
- Zulfikar, F. (2022, 11 11). *Detikedu*. Retrieved from 10 Negara Ini Punya Populasi Wanita Lebih Banyak Dibanding Pria: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6411178/10-negara-ini-punya-populasi-wanita-lebih-banyak-dibanding-pria>