

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, dkk. (2002). *Analisis Wacana dari Linguistik sampai Dekonstruksi*. Yogyakarta: Penerbit Kanak. Hlm. 237.
- Aprilita, Dini., Listiani, Refti Handini. (2016). *Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @mostbeautyindo, @BidadariSurga, dan @papuan\_girl)*. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Aprina, Junika. (2016). *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @infoKPU Sebagai Media Informasi Online di Pekanbaru*. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau. Pekanbaru.
- Bogdan, R., & J. Taylor, S. (1992). *Introduction to Qualitative Research Methods : A Phenomenological Approach In The Social Sciences*, alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons. Surabaya: Usaha Nasional. Hlm. 345-346.
- Bungin, Burhan. (2000). *Konstruksi Sosial Media Massa: Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalis*. Hlm. 268-269
- Bungin, Burhan. (2007). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*. Jakarta: Kencana. Hlm. 215.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm. 98
- Diananda, Amita. (2019). *Psikologi Remaja dan Permasalahannya*. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Islamic Village. Tangerang.
- Fatimah, Rizka. (2021). *Pengaruh Content Marketing Instagram dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di PS. STORE Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Fatmawaty, Ryrn. (2017). *Memahami Psikologi Remaja*. Universitas Islam Lamongan. Jawa Timur.
- Fitrarini, Ina. (2009). *Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan Oleh Iklan di Televisi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Mulawarman Samarinda. Hlm. 5.
- Herdiyanto, Y. K., & Herdiyanto, Y. K. (2016). Hubungan Antara Perilaku Prosocial Dengan Psychological Well-Being Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(1). Hlm. 3.
- Hidayanti, Nuril. (2018). Representasi Kecantikan Dalam Iklan Clena & Clear Natural Bright Face Wash Versi 'Mine Mine Mine' di Media Televisi (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Hootsuite We Are Social. (2024, Januari). *Pencarian : Pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2024 di Indonesia*. Retrieved 11 May 2024, from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

- Hootsuite We Are Social. (2024, Januari). *Pencarian : Platform Media Sosial Yang Paling Aktif Digunakan di Indonesia*. Retrieved 11 May 2024, from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Ibrahim, Idi Subandi. (2006). *Imaji Perempuan di Media: Representasi dan Idealisasi di Balik Wacana Tubuh*” dalam Alfathri Adlin (Ed.) *Mengegedah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: KENCANA.
- Ira Wirasari. (2016). *Kajian Kecantikan Kaum Perempuan dalam Iklan*. Institut Teknologi Bandung. Bandung.
- Isnawati, Nurlaela. (2009). *Agar Anda Selalu Tampil Cantik, Bugar, dan Mempesona Sepanjang Waktu*. Jogjakarta: DIVA press.
- Itsa, Nabila., dkk. (2020). *Fenomena hijab gaya turban di kalangan mahasiswi Universitas Indonesia = Turban style of hijab as phenomenon among Universitas Indonesia students*. Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya. Universitas Indonesia.
- Josua, Dian P. (2023). *Citizen Science Review: Bagaimana Kecantikan Dipandang Secara Psikososial?*. *Jurnal Psikologi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. 2010. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- KBBI Daring. (2024, May). *Pencarian : Cantik*. Retrieved May 17, 2024, from KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Cantik>
- KBBI Daring. (2024, May). *Pencarian : Media Sosial*. Retrieved May 8, 2024, from KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Media%20sosial>
- Kotler, P, dan Armstrong. (2009). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- Lexy J. Moleong. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Luzar. Christina Laura (2019). *Teori Konstruksi Realitas Sosial*. Universitas BINUS.
- Madjadikara, Agus S. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Televisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Magetsari, N. (2020). *Pengertian Dokumentasi Menurut Para Ahli*. Dikutip 30 Juni, 2024, <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-dokumentasi/> .
- Mahanani, Mahvira Putri, dkk. (2020). *Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri untuk Membangun Pemahaman tentang Standar Kecantikan*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Mayfield, Antony. (2008). “*What is Social Media?*”. UK: ICrossing. Hlm. 186-187.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

- Melliana, Annastasia. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mulyati, Ani, dkk. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Perdagangan RI.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. hlm. 11.
- Noviani, Ratna. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan Antara Realitas, Representasi Dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. (2011). Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner. Thesis. Universitas Diponegoro.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.
- Poloma, Margareth. (2004). "*Sosiologi Kontemporer*". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Pradistya,
- Priyanti, A.P. (2003). *Becoming White: Representasi Ra, Kelas, Feminitas dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Purwandari, Silvina Novia., Catur Nugroho. (2021). Konstruksi Makna Cantik Pada Iklan *Clean and Clear* versi #IAMBRIGHT MOVEMENT. Universitas Telkom.
- Riswana, Rian Dwi., dkk. (2023). Konstruksi Standar Kecantikan Perempuan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. Universitas Mataram. Nusa Tenggara Barat.
- Ruslan, R. (2011). *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari F.D.R., Sudrajat R.H., Wahyuni I.I. (2016). *Representasi Cantik Perempuan Indonesia Dalam Iklan Televisi Citra Handbody Lotion "Dari Citra Untuk Perempuan Indonesia"*. Universitas Telkom.
- Sarosa, S., & Sarwiji, B. (2017). Metodologi Pengembangan Sistem Informasi.
- Situmeang, Ilona V. Oisiona. (2013). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta: *Jurnal Komunikasi UPI-YAI*, vol.11, no. 2.
- Sobar, Alex. (2001). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sofia, A. Adiyanti, M.G. (2013). *Hubungan Pola Asuh Otoritatif Orang Tua dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral*. Universitas Negeri Lampung. Lampung.
- Sudjana, Nana. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perencanaan Iklan Televisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Tiastuti, Rosita Wulaning. (2013). *Makna Cantik Bagi Wanita (Studi tentang Pemaknaan Wanita Konsumen Natasha Mengenai Kecantikan)*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Tiastuti, Rosita Wulaning. (2013). *Makna Cantik Bagi Wanita (Studi Tentang Pemaknaan Wanita Konsumen Natasha Mengenai Kecantikan)*. Universitas Gaddjah Mada.
- Ulfa, G. S., Fatchiya, A. (2019). *Efektivitas Instagram "Earth Hour Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Utomo, K. P. (2017). *Ini Asal Mula Standar Kecantikan Wanita Indonesia*. In Brilio.Net (p.1)
- Widyatama, Rendra. (2007). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Winarni, Rina Wahyu. (2010). *Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan*. Universitas Indraprasta PGRI. Jakarta Selatan.
- Windasari, A., Pratiwi. M.R., Yusriana, A. (2017). *Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang Dalam Iklan Shinzui Body Cleanser*. Universitas Dian Nuswantoro (Udinus). Semarang.
- Yunita, Bella, dkk. (2019). *Representasi Kecantikan Dalam Iklan WRP ON THE GO Untuk Membentuk Citra Perempuan Cantik*. Universitas Mulawarman.
- Z.M., Fase Badriah. (2005). *Boyz Only: Petunjuk Islami Kesehatan Reproduksi Bagi Remaja Cowok*. Jakarta: Gema Insani Press.