

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Afrizal. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Berbie, Rogers. 2009. Culture: Ikon Budaya Konsumerisme (terjemahan). Yogyakarta: Relife
- AHMAD, F. B. (2016). Makna Hidup Iklan Rokok di Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Terhadap Iklan Rokok “A Mild Go Ahead versi Langkah 2016”). 3(3), 3713–3723. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/121794/makna-hidup-iklan-rokok-di-televisi-analisis-semiotika-john-fiske-terhadap-iklan-rokok-a-mild-go-ahead-versi-langkah-2016-.html>
- Amelia, L., Fahmi, K., & Tamrin, S. (2022). Konstruksi Makna Cantik bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Kulit Ilegal. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 139. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38834>
- Ammaria, H. (2015). Komunikasi dan Budaya. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial instagram. *Paradigma*, 04(03), 1–13.
- AR, M. Y., & Syam, S. (2022). Konten Video YouTube: Pengaruh dan Peminatannya Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Makassar. *Al-MUNZIR*, 15(1), 31–50. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/3389%0Ahttps://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/viewFile/3389/1857>
- Berger, Peter L & Thomas Likhman. 2008. Kekuatan Pengaruh Media Massa. Jakarta: Kencana
- Brown_skin_white_mentality_How_has_the.* (n.d.).
- Cahyani, S. R. (2019). Konstruksi Kecantikan Pada Iklan Wardah Versi “Halal Dari Awal.” 3863, 99. <http://repository.uin-suska.ac.id/25470/>
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). Kecantikan wanita dlm iklan. 16–34.
- Cornelia, N. (2021). Isu Model Kulit Hitam: Diskriminasi Rasial Dalam Fashion Runway. *Folio*, 2.
- Deshpande, S. (2013). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of the American Chemical Society*, 123(10), 2176–2181. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>

- Diani, P. S. (2022). 7584-25462-1-Pb. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10), 3633–3640.
- Durianto. 2003. *Invansi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Dwi Ratna Sari, F., Hasanah Sudrajat, R., & Istia Wahyuni, I. (2016). Representasi Cantik Perempuan Indonesia Dalam Iklan Televisi Citra Handbody Lotion “Dari Citra Untuk Perempuan Indonesia.” *Jurnal Sositologi*, 15(1), 86–95.
<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.8>
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. New York: Routledge
- Fiske, J. (2007). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Frisby, C. M. (2019). Black and Beautiful: A Content Analysis and Study of Colorism and Strides toward Inclusivity in the Cosmetic Industry. *Advances in Journalism and Communication*, 07(02), 35–54. <https://doi.org/10.4236/ajc.2019.72003>
- Frisby, C. M. (2019). Black and Beautiful: A Content Analysis and Study of Colorism and Strides toward Inclusivity in the Cosmetic Industry. *Advances in Journalism and Communication*, 07(02), 35–54. <https://doi.org/10.4236/ajc.2019.72003>
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). *Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @ springsummerstyle*. 248–255.
- Glenn, E. N. (2008). Yearning for lightness: Transnational circuits in the marketing and consumption of skin lighteners. *Gender and Society*, 22(3), 281–302.
<https://doi.org/10.1177/0891243208316089>
- Grant, B. C. S. (2020). *What Is Colorism? Colorism Is Rooted in Racism*. 4–7.
- Greenfield, S. (2018). When Beauty is the Beast: The Effects of Beauty Propaganda on Female Consumers. *University of Nebraska at Omaha*, 1–34.
https://digitalcommons.unomaha.edu/university_honors_program/20/
- Hagan, R. (2019). *Blind to the Impacts of Colorism within the Cosmetic Industry*. 3, 39–53.
<https://utampa.dspacedirect.org/handle/20.500.11868/681>
- Haloho, L. T. M., Danadharta, I., & Kusumaningrum, H. (2023). Analisis Semiotika Representasi Soft Masculinity pada Iklan Kosmetik SOMETHINC x NCT Dream. *SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(1), 1–9.
- Haqqu, R., & Ersyad, F. A. (2020). Eksistensi Media Televisi di Kalangan Remaja. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Hauke, A. (2022). *Body Positivity* (pp. 71–74). <https://doi.org/10.14361/9783839460054-010>

- Husaini, Usman. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Frank. 1995. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Inganji, E., & Sharro, N. (2020). "Subconsciously, beauty is white and skinny." *A qualitative study on colorism in makeup advertisements*. 44.
<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mdh:diva-48425>
- Istiyanto, S. B. (2005). *Keberhasilan Modifikasi Komunikasi Antarmanusia*.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak
- Synnott, A. (2007). *Tubuh Sosial: Symbolisme, Diri dan Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra
- Konstruksi, P. D. A. N. (2023). *PENCIPTAAN KARYA "GUGATAN TUBUH PEREMPUAN."*
- Kriyanto, Rahmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Maghfirah, M. (2020). Representasi Perempuan Muslim Pada Iklan Amerika: Abilitas, Egaliter, dan Resistensi. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 5(1), 17.
<https://doi.org/10.14421/jkii.v5i1.1137>
- Media, T., Analisis, T., & Youtube, M. (2015). *Jurnal ranah komunikasi*.
- Melaspas, U. (2019). *Study of Symbolic Interaction Among Teenagers*. 01045170064.
- Morelba, L. P., & Lesmana, A. C. (2023). *The beautiful discourse of Sundanese women in Bandung City Diskursus cantik perempuan Sunda di Kota Bandung*. *Larasati 2018*, 1–11.
- Morissan. 2007. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakasa
- Mukhtar, Z. (2022). Analisis Semiotika Iklan Judith Williamson Pada Feed Ig @Jcoindonesia "Counting Days to I Love Jco 2022." *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 4(3), 30–39. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i3.135>
- Nielsen, P. (2009). Coastal and estuarine processes. In *Coastal and Estuarine Processes* (pp. 1–360). <https://doi.org/10.1142/7114>
- Oktaviani, J. (2022). Fenomena "Colorism" Sebagai Bentuk Stratifikasi Sosial Di Kawasan Asia Tenggara. *Jurnal Dinamika Global*, 7(01), 54–83.
<https://doi.org/10.36859/jdg.v7i01.1037>
- Petra, U. K., Worotitjan, H. G., Komunikasi, P. I., & Petra, U. K. (2011). *KOSMETIK WARDAH*.
- Pratiwi, O., & Luthfianiza, L. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia Dalam Iklan Citra. *Jurnal Audiens*, 1(2).
<https://doi.org/10.18196/ja.12016>

- Prianti, D. D. (2013). Indonesian female beauty concept: Does it take into account the traditional values? *The Asian Conference on Media and Mass Communication 2013*, 1–13. http://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2013/MediAsia2013_0133.pdf
- Primadiati, Dr. Rachmi. 2001. *Kecantikan Kosmetik & Estetika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Putranto, A. P. (2017). *Konstruksi cantik mahasiswa pada media sosial melalui akun instagram @unnes_cantik*. 11. <http://lib.unnes.ac.id/32047/1/3401413121.pdf>
- Restapaty, R. (n.d.). Persepsi Makna Subliminal pada Iklan Instagram (Semiotika Roland Barthes Terhadap foto Akun Instagram@ kemenkes_ri). *Jurnal.Stkipbjm.Ac.Id*, 139–153. <https://jurnal.stkipbjm.ac.id/index.php/ocspbsi/article/view/829/432>
- Rinaldo, D. (2012). *Konstruksi Kecantikan: Sebuah Analisis Hipersemiosis terhadap Film the Devil Wears Prada*.
- Rohmah, C., & Muhammad, H. Z. huda. (2020). Representasi Supremasi Kulit Putih Bagi Perempuan Dalam Produk Iklan Sebagai Standar Kecantikan. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 4, 56–80. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/3156>
- Rukmawati, D. R., & Dzulkarnain, I. (2015). Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan). *DIMENSI-Journal of Sociology*, 8(1).
- Rusian, Rosady S.H.M.M. 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Satria, G. D., & Junaedi, F. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White Dan Wardah White Secret. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93–119. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.17753>
- Setiawan, H., Pawito, & Purwasito, A. (2020). *Youtube Social Media Trends Reduce Television Watching Interest*. 510(Icosaps), 125–132. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.019>
- Shandy, A. (2016). *PEMAKNAAN PEREMPUAN TERHADAP KONSTRUKSI MITOS KECANTIKAN DI MEDIA ONLINE FEMALE DAILY.COM Skripsi Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sriwijaya, U. (2020). *Usulan Penelitian Skripsi Konstruksi Remaja Tentang Whitening Injection (Suntik Putih) Di Kota Palembang*. 1–43.

- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt, M. W. M., Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., Fullfillment, P., ... Fellowship, W. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Studi, P., Jarak, P., Ilmu, J., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Harapan, U. P. (2023). *SKRIPSI STUDI FENOMENOLOGI: MAKNA KELUARGA BAGI*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghali Indonesia Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: Niagara
- Wardhani, A. K. (2022). Semiotika Sosial Beauty Influencer melalui Foto Instagram. *Dasa Citta Desain: E-Book Chapter Desain*, 1–20.
- White, S., Kota, N. I. N. G. D. I., & Da, S. N. (2023). *A N ALISIS KOMU NIKASI PEMASARA N PRODUK KECA N TIKA N SCARLETT WHITE N I N G DI KOTA SAMARI N DA* Dina Mariyana 1, Kheyenne Molekandella Boer 2. 11(2), 13–27.
- Wolf, N. (2002). *Beauty Myths: How Images of Beauty Used Against Women*. New York: Morrow
- Yin, B., & Pryor, S. (2012). Kim sang and koon. *Review of Business & Finance Case Studies*, 3(1), 119–132. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2094701 (accessed 18 March 2020).