

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Baran, S. J. (2013). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (7th ed.). New York: McGraw Hill International.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2006). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (4th ed.). Belmont: Thompson Wadsworth.
- Bettinghaus, E. P., & Cody, M. J. (1994). *Persuasion Communication*. New York: Wadsworth Thomson Learning.
- Bungin, S. M. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. (1994). *Research Design : Qualitative & quantitative approach*. London: Thousand Oaks.
- Daymon, Christine, and Immy Holloway. (2008). *Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Translated by Cahya Wiratama. Bandung: Penerbit Bentang.
- Dr. Lexy J. Moleong, M. A. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Flew, T. (2005). *New Media: An Introduction* (2nd ed.). London: Oxford University Press.
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A First Look at Communication Theory* (9th ed.). New York: McGraw Hill.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Kollock, Peter & Smith, Marc A. (2003). *Communities in cyberspace / edited by Marc A. Smith and Peter Kollock*. New York: Routledge.
- Konijn, E. A., Utz, S., Tanis, M., & Barnes, S. B. (Eds.). (2008). *Mediated Interpersonal Communication*. New York: Routledge.

- Littlejohn, S. W. (1996). *Theories of Human Communication*. Mexico: Wadsworth.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication: International Student Edition* (9th ed.). Belmont: Thomson Wadsworth.
- Livingstone, S. (2002). *Young People and New Media*. London: SAGE Publications.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1999). *Designing Qualitative Research* (3rd ed.). London: SAGE Publications.
- Moleong, M. A. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- N. M. (2001). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Narbuko, Cholid, and H. Abu Achmadi. (2007). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rungapadiachy, D. M. (1999). *Interpersonal Communication and Psychology: for Health care Professionals, Theory and Practices*. Oxford: BUTTERWORTH-HEINEMANN.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Severin, W. J., & Tankard, J. J. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (3rd ed.). New York: Longman.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Tilaar, M. (1999). *Kecantikan Perempuan Timur*. (D. R. Herliany, Ed.) Magelang: Indonesia Tera.
- Tranggono, Retno & Latifah, Fatma. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Walgito, B. (1980). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wasitaatmadja, Syarif M. (1997). *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*. Jakarta: UI-Press.

- West, R., & Turner, L. H. (2014). *Introducing Communication Theory, Analysis and Application* (5th ed.). Singapore: McGraw Hill Education.
- Wood, A. F., & Smith, M. J. (2005). *Online Communication: (2nd edition ed.)*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wood, J. T. (2013). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.

JURNAL

- Kuntjara, E. H. (2001). Beauty and the Beast: Images of Women in the Advertisements. *Nirmana*, 3 (2), 97-106.
- Puspa, R. (2010). Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan. 23 (4), 312-323.
- Saguni, F. (2012). Persepsi tentang Penampilan Fisik Wanita pada Remaja. *MUSAWA: Journal for Gender Studies*, 4 (2), 121-135.
- Vidyarani, T. N. (2007). Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik. *Scriptura*, 1 (2), 82-97.

TESIS

- Andini, Listy. (2012). *Studi Analisis Visual Isi Iklan: Pergeseran Representasi Konsep Kecantikan Perempuan di Indonesia Menurut Iklan-Iklan yang Dimuat Harian Kompas periode 1971-2010*. (Tesis Magister, Universitas Pelita Harapan).
- Anindya, Afrilia Wening. (2017). *Representasi Kecantikan (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Youtube Rachel Goddard)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro). Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/189449-ID-none.pdf>

- Bruijn, Maj de. (2016). *A descriptive study of the relationship of trust between beauty and style vlogger Hello October and her community*. (Skripsi Sarjana, Utrech University). Diakses dari, <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/341883>
- Damanik, Martian Tuah Parlindungan. (2013). *Konstruksi Pemberitaan Rubrik Rumor Politik Harian Suara Pembahuan*. (Tesis Magister, Universitas Pelita Harapan).
- Francesisca, Alexander. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsers dalam Meningkatkan Brand Awereness melalui Iklan TV Luwak White Coffee*. (Skripsi Sarjana, Universitas Pelita Harapan).
- Gunawan, Jessica. (2016). *Rute Pengambilan Keputusan (Studi Kasus: Tiga Petisi Berhasil di Change.org)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Pelita Harapan).
- Primianty, Dewi. (2008). *Hubungan Antara Persepsi Remaja Putri Terhadap Citra Perempuan Cantik Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Dengan Penggunaan Produk Kosmetik Oleh Remaja Putri*. (Skripsi Sarjana, Institut Pertanian Bogor). Diakses pada, <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/1712>
- Ramaniya, Yudith. (2015). *Pergeseran Wacana tentang Konstruksi Kecantikan Studi pada Klinik Kecantikan Natasha Skin Clinic Center*. (Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada). Diakses dari, http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?act=view&buku_id=94241&mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&typ=html
- Relipetra, Marshel & Astuti, Yulianti Dwi. (2009). *Hubungan antara intensitas melihat iklan kecantikan dengan body image pada remaja putri*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia) Diakses dari, https://simpus.uii.ac.id/search_adv/?n=001380&l=320&b=I&j=SK
- Syata, Novitslista. (2012). *Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi*. (Skripsi Sarjana, Universitas Hasanuddin). Diakses dari, <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1458/DAFTAR%20ISI%20NOVHY.docx?sequence=1>
- Sykes, Sarah. (2014). *Making Sense of Beauty Vlogging* (Skripsi Sarjana, Carnegie Mellon University). Diakses dari <http://repository.cmu.edu/theses/75/>

- Tanuwijaya, Elis. (2013). *Pengaruh Persepsi Iklan Kosmetik dan Self-Image Remaja Putri Terhadap Pembelian Impulsif*. (Skripsi Sarjana, Universitas Pelita Harapan).
- Zidny, Defry Maulana. (2013) *Metafora kecantikan dalam iklan di mata konsumen: Analisis psikologis persepsi konsumen terhadap metafora kecantikan dalam iklan versi Vaseline, Nivea dan Citra*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri). Diakses dari http://etheses.uin-malang.ac.id/view/supervisor/Amiq=3AM=2E_Bahrn=3A=3A.html

INTERNET

- Bintari, N. R. (2017, March 29). *Merekonstruksi Persepsi Cantik*. Retrieved September 27, 2017, from MIX Marketing Communication: <http://mix.co.id/marcomm/brand-communication/merekonstruksi-persepsi-cantik>
- Luzar, L. C. (2015, May 18). *Teori Konstruksi Realitas Sosial*. Retrieved October 19, 2017, from Binus University School of Design: <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/>
- Martin, G. (2017). *The Meaning and Origin of the Expression: Beauty is in the Eyes of the Beholder*. Retrieved September 27, 2017, from The Phrase Finder: <https://www.phrases.org.uk/meanings/beauty-is-in-the-eye-of-the-beholder.html>
- Pixability, Inc. (2015). *Beauty on Youtube: The Beauty Ecosystem on Youtube*. Retrieved August 5, 2017, from Pixability: <http://www.pixability.com>
- Pixability, Inc. (2014). *Beauty on Youtube: How Youtube is Radically Transforming the Beauty Industry and What That Means for Brands*. Retrieved August 5, 2017, from Pixability: <http://www.pixability.com>
- Silvana, N. (2011, April 14). *Here There and Eveyrwhere*. Retrieved September 29, 2017, from Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/blog/here-there-and-everywhere/201204/50-quotes-beauty>
- Suryadi, Bambang. (2015). *Generasi Y: Karakteristik, Masalah, Dan Peran Konselor*. Jakarta: Universitas Islam Negeri. Retrieved October 13, 2017,

from Academia:

https://www.academia.edu/12720733/Mengenal_Generasi_Y_Karakteristik_Masalah_dan_Peran_Konselor

Tim APJII. (2016, November, Edisi 5). Saatnya Jadi Pokok Perhatian Pemerintah dan Industri. *Buletin APJII*. Diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/104/275/BULETIN-APJII-EDISI-05---November-2016>

Wisnubrata. (2017, June 14). *Apa Definisi Perempuan Cantik*. Retrieved August 15, 2017, from Kompas.com: <http://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa.definisi.perempuan.cantik>. Wisnubrata

