

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Barker, Chris. (2013). *Cultural studies : Teori dan praktek*. Yogyakarta : Kreasi wacana
- Barelson, B. L. (1952)
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda
- Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual: Dasar-Dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial untuk Membedah Teks Gambar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Louw, E. (2001). *The Media and Cultural Production*. SAGE Publications Ltd
- Kasiyan. (2008). *Membaca Ideologi: Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology (4nd ed)*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Kriyantono, Rachmat (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kress, G. & Leeuwen, V. T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory (7th ed.)*. London: SAGE Publications Ltd.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Komunikasi Massa Kontroversi, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Widya Padjajaran
- Mulyana, Dedy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ratna, Nyoman Kutha (2004) – *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*:
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. London: Kogan Page

Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara

JURNAL

- Andreas, Rino. (2019). Konstruksi Kecantikan dalam Akun Instagram @ugmcantik. *Gadjah Mada University*. <https://www.neliti.com/publications/293312/konstruksi-kecantikan-dalam-akun-instagram-ugmcantik>
- Aprilita & Dini. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @Mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @Papuan_girl). *Paradigma: Jurnal Online Mahasiswa S1 Sosiologi UNESA*, vol. 4, no. 3.
- Bengtsson, Mariette. (2016). Cara merencanakan dan melakukan studi kualitatif menggunakan analisis konten. *Science Direct*, 2, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Budi Hapsari, A., & Sukardani, P. S. (2018). Representatif Konsep Kecantikan Perempuan Di Era Millenials Melalui *Beauty influencer* Pada Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @sarahayuh_, @abellyc, dan @rachgoddard). *Commercium*, 2(2), 59–62. <https://doi.org/10.61166/feelings.v1i2.8>
- Damayanti, A., Delima, I. . D. ., & Suseno, A. . (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Hermwati Yessy, Piyatna Aquarini, A. M. (2019). Instagram dan Mitos Kecantikan Perempuan Muslim. *Ayan*, 8(5), 55 <https://doi.org/10.17509/rb.v2i2.9572>
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Ismaley G, R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA*, 2(2), 110–119. <https://doi.org/10.24076/PIKMA.2020v2i2.400>
- Mufidah, Anis, dkk. (2025). Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok. *Jurnal Kajian Sosiologi*, 14, 1. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i1.80014>
- Nisrina, R. G., & Sanjoto, K. R. (2019). Presentasi diri *influencer* Instagram dalam dekonstruksi makna kecantikan di media sosial (Studi Kasus Akun Instagram @crvhons) = Instagram *Influencers* Self Presentation in the Deconstruction of *Beauty* Meanings on Social Media (Instagram Account

@crvhons as Case Study). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia*.

https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20499022&lokasi=lokal&utm_source=chatgpt.com

Putri, W. L., Putri, L.G.S, & Siscawati, M. (2023). Mitos Kecantikan, Industri Kosmetik, dan Instagram. *Atlantis Press*. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-058-9_44

Rahman, Azkia Rostiani. (2017). Dekonstruksi Makna Cantik Dalam Iklan Produk Kecantikan Pond's White Beauty: Analisis Wacana Kritis. *Humanitatis: Journal of Language and Literature*. Vol 4, No 1. <file:///C:/Users/user/Downloads/c3f31c47ee8fe5ae409dba4a3ecf802916a8d940eb45a97b47ca8bd06ee03159.PDF>

Rahardaya, A. (2021). Analisis Wacana Kritis Representasi Counter-hegemony Standar Kecantikan Pada Unggahan Akun Instagram @Tarabasro. *Nivedana : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 2(1), 31-52. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v2i1.266>

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>

Sutriyono, S., & Haryatmoko, H. (2018). Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial. *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 99-199. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2018.14.2.1363>

Tran, A., Rosales, R., & Copes, L. (2020). Paint a Better Mood? Effects of Makeup Use on YouTube Beauty influencers Self -Esteem. *Sage Open*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020933591>

Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37-42. <https://doi.org/10.14710/jip.v10i4.37-42>

Bengtsson, Mariette. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *Science Direct*, 2, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>

Web

Baret, N. (2024, April, 1). Dr. Don Grant Featured on The Hill's: "Teens' latest social media trend? Self-diagnosing mental health issues. *Connections in Recovery*. <https://connectionsinrecovery.com/the-hills-teens-latest-social-media-trend-self-diagnosing-their/>

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of

young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1–7.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>

Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users - ScienceDirect

Radjagukguk, Djudjur Luciana. (2025). Fenomena Iklan di Media: Studi Pada Iklan *Skincare* dalam Perspektif Albrecht Wellmer. *Tvrijakartanews*.
https://tvrijakartanews.com/article/News/17416?utm_source=chatgpt.com

