

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. M., Widiasmara, H., & Ulum, M. S. F. (2022). Representasi Kulit Putih Perempuan dalam Iklan MS Glow. *Jurnal Audiens*, 3(2), 63-71.
- Abidin Wiwik (2018). Pemaknaan Cantik Dalam Kanal Fashion Wolipop.com.
- Aden, Z., Syaputra, D. D., & Rigata, D. E. D. (2022). Putih sebagai Kulit Ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan Ideal dalam Iklan Dove Body Wash Tahun 2017. *Jurnal Audiens*, 3(1), 91-102.
- Afandi, A. D., Cahyono, U. J., & Nirawati, M. A. (2015). Wadah 3e Bagi Remaja Di Surakarta Dengan Pendekatan Psikologi Perkembangan Pada Remaja. *Arsitektura*, 10(2).
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10).
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Arsitowati, W. H. (2018). Kecantikan wanita korea sebagai konsep kecantikan ideal dalam iklan new pond's white beauty: what our brand ambassadors are saying. *HUMANIKA*, 24(2), 84-97.
- Arsitowati, W. H. (2018). Kecantikan Wanita Korea Sebagai Konsep Kecantikan Ideal Dalam Iklan New Pond'S White Beauty: What Our Brand Ambassadors Are Saying.
- Arwanda, D., Wulandari, E. A., & Saputra, M. R. P. (2022). Putih yang Ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan dalam Iklan Kosmetik Vaseline Insta Fair Tahun 2013. *Jurnal Audiens*, 3(1), 48-60.
- Astutik, M., & Rusimamto, P. W. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbantuan Software Lectora Inspire Untuk Meningkatkan

- Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Di SMK Negeri 2 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 5(1).
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. In *Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Ds, F. Y. M. (2018). Makna Cantik Dalam Iklan Magnificent Meaning in Advertising. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 4(1), 1-12.
- Fitria, R. (2012). Proses Pembelajaran Dalam Setting Inklusi Di Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*, 1(1), 90-101.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127-134.
- Gora, R., & S Sos, M. M. (2019). *Riset kualitatif public relations*. Jakad Media publishing.
- Hadi, I. P. (2009). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1), 1-7.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hawari, I. (2019). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram@ Indoclubbing.
- Herlijanto, A. A. (2016). *Penerimaan Khalayak Perempuan Terhadap Konsep*

- Kecantikan Iklan Televisi Produk Citra* (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
- Indra, S. (2021). Analisis Wacana Kritis Dalam Acara Konser Virtual# Dirumahaja Bersama Najwa Shihab/Sydney Indra/66160174/Pembimbing: Imam Nuraryo.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi antar personal*. Prenada Media.
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Jurnal Paralela*, 1(2), 97-106.
- Maspiyah, O. K. P., & Dwiyanti, S. Iflachah Lailatul Riha.
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic).
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color”. *Journal Komunikasi*, 11(1), 1-8.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 1-16.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Natalia, Y., & Rudiansyah, R. (2021). Analisis Perbandingan Bunga Meihua Dan Sakura Yang Terlihat Sama Tetapi Berbeda. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 11(3), 19-32.
- Nayumi, P. (2018). *Ordinary girl (Penerimaan penonton mengenai kecantikan perempuan pada Corporate Advertising Clean & Clear Versi “1000 suku Indonesia, warna kulit berbeda”)*.

- Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187-210.
- Prahmadhani, D. T. (2007). Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan. *Skripsi S1 di Prodi Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Pratiwi, O., & Luthfianiza, L. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia Dalam Iklan Citra. *Jurnal Audiens*, 1(2), 136-144.
- Pratiwi, R. Z. B. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sari, R., & Salam, N. E. (2017). *Konstruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswa Universitas Riau Berkulit Cokelat* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sartika, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Media Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Savira, R., & Zuhri, S. (n.d.). *Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare*

Dalam Akun Tiktok @ Drrichardlee (Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Tiktok @ Drrichardlee). 106–113.

Septiani, S. (2021). Guru Bimbingan Dan Konseling Menggunakan Layanan Konseling Individu Dalam Membantu Peserta Didik Menangani Konflik Interpersonal Atar Teman Sebaya Di Smk Muhammadiyah 3 Metro (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).

Subagyo, P. J. BAB III.

Suharnanik, S., & Mahayani, U. (2015). Bias Gender dalam Kamus Bahasa Indonesia on-line (Studi Kritis tentang Pemaknaan Perempuan dalam Kamus Bahasa Indonesia). *EGALITA*, 10(2).

Superwiratni, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2), 99-110.

Suprpto, T. (2009). *Pengantar teori & manajemen komunikasi*. Media Pressindo.

Utami, D. N., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda Di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 3(1), 85-91.

Wardhani, B., Largis, E., & Dugis, V. (2018). Colorism, mimicry, and beauty construction in modern India. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(2), 188-198

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

Windasari, A. (2017). Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang. *Jurnal Informasi, Kajian Ilmu Komunikasi*, 47/1, 35–50.

- Worotitjan, H. G. (2014). Konstruksi kecantikan dalam iklan kosmetik Wardah. *Jurnal e-komunikasi*, 2(2).
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *Quanta*, 2(2), 83-91.
- Zamili, M. (2015). Menghindar Dari Bias: Praktik Triangulasi Dan Kesahihan Riset Kualitatif. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2), 283-304.

