

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, T. A. (2023). Analisis Resepsi Penonton Terhadap Mitos Kecantikan dalam Video Musik “Tutur Batin.” *Journal of Communication Management*.
- Agustin, A. E., Widayati<sup>2</sup>, Y. T., & Prakoso<sup>3</sup>, S. A. (2024). Strategi Digital Marketing Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Koding Next Surabaya Tiktok Digital Marketing Strategy To Increase Brand Awareness For Koding Next Surabaya. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*.
- Alga Sapanca. (2022). Representasi Perempuan Ideal dalam Iklan New Veet Silk & Fresh Tahun 2017. *JURNAL AUDIENS*.
- Anestya Hayatunufus Hafsyah. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online(Ecommerce). *Prisma*.
- Asnat Riwu. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika). *DEIKSIS*.
- Aulia Nur Rois. (2024). Perilaku Keterlibatan TikTok oleh Penggemar K-Pop: Kepuasan yang di Cari, Narsisme, dan Ciri-Ciri Kepribadian. <https://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/pencerah> *Open Access*  
<https://doi.org/10.35326/pencerah.v10i3.5630> Access.
- Auliya Fathamsyah<sup>1</sup>. (2019). Representasi Citra Muslimah Dalam Iklan Kecantikan Wardah “20 Tahun.” *EJournal Ilmu Komunikasi*.
- Bawono, A., Isanawikrama, K. A., & Yohanes Jhony Kurniawan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*.
- Blasius Manggu dan Sabinus Beni. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*.
- Cindy Megasari Manik. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal of Social Research*.
- Defriyanti<sup>1</sup>, A., & Fitri<sup>3</sup>, N. E. (2024). Pendekatan Kualitatif Dalam Mengkaji

- Media Sosial Dan Pola Konsumsi Generasi Milenial. *Adela Defriyanti*<sup>1</sup>, *Nur Elisa Fitri*<sup>3</sup>.
- Desiana E. Pramesti. (2018). Dekonstruksi Mitos Kecantikan Kajian Semiologi Struktural Atas Iklan Sabun Dove “Real Beauty Campaign: Inner Critic.” *Jurnal Semiotika*.
- Dhiyah Syafitri Nurlia. (2021). Putih dan Tidak Belang: Penggambaran Kulit Ideal Perempuan Indonesia dalam Iklan Citra Tone Up. *JURNAL AUDIENS*.
- Dimas Okta Briyanti<sup>2</sup>. (2023). Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding Di Platform Tiktok. *Jurnal Digital Media & Relationship*.
- Donna Yulinda Putri 1, E. N. J. (2024). Kecantikan Di Balik Tirai: Membongkar Stereotip dalam Drama Korea “My ID Is Gangnam Beauty.” *DIALOGIA*.
- Dwi Ari Lestari. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah Di Surabayaselatan. *Menara Ekonomi*,.
- Edward F. McQuarrie, Jessica Miller, dan B. J. P. (2013). Efek Megafon: Selera dan Pemirsa di Fashion Blogging. *Jurnal Riset Konsumen, Inc*.
- Ella Afnira. (2023). Mitos Dalam Kampanye Politik (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Our Brand is Crisis). *Ella Afnira*.
- Felix<sup>1</sup>, A., Briyanti<sup>2</sup>, D. O., Young<sup>3</sup>, F. M., Livaro<sup>4</sup>, I., & William Wijaya<sup>5</sup>. (2023). Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding Di Platform Tiktok. *Jurnal Digital Media & Relationship*.
- Garcia<sup>1</sup>, G., & Septia Winduwati<sup>2</sup>. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*.
- Ghozi Daffa Satria. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White Dan Wardah White Secret. *Journal Komonikasi Dan Teknologi Komonikasi*.
- Giorgiana Garcia<sup>1</sup>. (2023a). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*.
- Giorgiana Garcia<sup>1</sup>, S. W. (2023b). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*.
- Giovanni Gilbert, K. D. D. (2024). Representasi Humanisme Dalam Film Lovely Man. *EJournal Ilmu Komunikasi*,.
- Hardanti, P. P., & Kirana, R. P. (2020). Analisis Resepsi Harajuku Street Fashion

- Sebagai Bentuk Perlawanan: Studi Kasus Anggota Komunitas Harajuku Street Surabaya. *Japanology*.
- Haris, A., & Amalia<sup>2</sup>, A. (2018). Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal RISALAH*.
- Herry Hermawan, R. E. H. (2017). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat. *Herry Hermawan, Radja Erland Hamzah*.
- Imalay Naomi Lasono, A. N. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran di Platform TikTok Kajian Konten pada Akun @optikalunett\_official. *Imalay Naomi Lasono, Alma Novita<sup>2</sup>*.
- Imam Mukti & Asriadi, M. (2023). Representasi Perempuan Pada Tayangan Video Dalam Media Sosial Tiktok. *Core : Journal Of Communication*.
- Mangihut Siregar. (2019). Kritik Terhadap Teori Dekonstruksi Derrida. *Jurnal Op Urban Sociologi*.
- Melan Rosmayanti. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*.
- Melano, F. L. (2024). Komodifikasi Konten Visual Pemain Diaspora Di Akun Instagram @Timnasindonesia. *Jurnal Ilmia Dinamika Sosial*.
- Mitha Novia Diyanti. (2024). Representasi Wajah Perempuan Berhijab Ideal dalam Iklan Wardah Versi “NEW!! Wardah Acnederm Serum! Kita dan Jerawat, End!” *Mitha Novia Diyanti*.
- Muhammad Rais Padma Saputra. (2022). Putih yang Ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan dalam Iklan Kosmetik Vaseline Insta Fair Tahun 2013. *Putih Yang Ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Vaseline Insta Fair Tahun 2013*.
- Nuning Zaidah. (2024). Mitos dalam Uba-rampe Buka Luwur di Makam Nyai Ageng Ngerang: Kajian Semiotika Roland Barthes. *JURNAL RAHNARESEARCH.COM*.
- Okta Pratiwi. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia dalam Iklan Citra. *JURNAL AUDIENS*.
- Oktavian Adiastanto. (2022). Makna Ibuisme pada Iklan Acer I.B.U (Ia Berjuang Untukmu) di Youtube Idntimes.Com (Sebuah Analisis Semiologi Roland Barthes). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Pramesti, D. E. (2018). Dekonstruksi Mitos Kecantikan Kajian Semiologi

Struktural Atas Iklan Sabun Dove “ Real Beauty Campaign : Inner Critic .”  
*Jurnal Semiotika*, 12(1), 1–15.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/268047752.pdf>

Pratiwi, R. Z. B., & Susilowati, E. (2020). Solo Hijabers Community’s Perception of Women’s Image Construction in Beauty Contest. *Social and Political Science Faculty*, 08(2), 381–405.

Qona’ah1, S., & A. Munanjar. (2021). Konstruksi Sosial Media Massa Pada Iklan Lux Versi “Botanicals All-In-One Magical.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

R.A Granita Dwisthi Ismujiastuti , Adi Bayu Mahadian, S.Sos., M. I. K. (2015). Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa (Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Sampul Album Raisa Andriana “Raisa” dan “Heart to Heart”). *E-Proceeding of Management*.

Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*,.

Raisa Monica Putri. (2024). Peningkatan Penjualan Di Tokopedia: Dampak Impulse Buying Pada Live Streaming Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Di Tokopedia. *Jurnal Economica*.

Randy Wijaya, S. W. (2022). Peran Brand Ambassador Arya Saloka dan Amanda Manopo dalam Membangun Brand Awareness. *Kiwari*.

Ratih Indriyani, A. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,.

Rhesa Zuhriya Briyan. (2020). Persepsi Komunitas Solo Hijabers Mengenai Konstruksi Citra Perempuan dalam Kontes Kecantikan. *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora)*.

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi. (2018). Perempuan Dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi). *Jurnal An-Nida*,.

Ridwan Setya Nugraha. (2023). Analisis Positioning Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi (Studi Kasus Perusahaan Lalamove). *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*.

Rio Gaury Perdana. (2022). Makna Ibuisme pada Iklan Acer I.B.U (Ia Berjuang Untukmu) di Youtube Idntimes.Com (Sebuah Analisis Semiologi Roland

Barthes). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Ronawaty Anasiru. (2011). Implementasi Model-Model Kebijakan Penanggulangan Anak Jalanan Di Kota Makassar. *Sosiokonsepsia*.

Sari, E. K. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *Jurnal Seni Drama, Tari Dan Musik*.

Selvie Eurodani. (2022). Makna Ibuisme pada Iklan Acer I.B.U (Ia Berjuang Untukmu) di Youtube Idntimes.Com (Sebuah Analisis Semiologi Roland Barthes). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Suciningtyas□, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*.

Sunarya. (2024). Mitos dalam Uba-rampe Buka Luwur di Makam Nyai Ageng Ngerang: Kajian Semiotika Roland Barthes. *JURNAL RAHNARESEARCH.COM*.

Supiya Wilda, Yusak Hudiyono, P. (2021). Citra Perempuan Dalam Novel Di Atas Siang Di Bawah Malam Karya Putu Oka Sukanta: Kajian Feminisme. *Jurnal Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*.

Suwanto. (2023). Konvergensi Jurnalistik Tabloid Metrolima Depok di Era Pandemi Covid-19. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, V.

Syaiful Qadar Basri. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *Jurnal Seni Drama, Tari Dan Musik*.

Syaiful Qadar Basri<sup>1</sup>, E. K. S. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *Online*.

Tri Pujiati. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika). *DEIKSIS*.

Uyuuna, S. N., & Renny Dwijayantib. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Jempper*.

Wahab Afwan. (2024). Konstruksi K-Beauty Iklan Ponds Dalam Perspektif Semiotika Barthes. *Jurnal Komunikasi Peradaban*.

Yosephina Agitya Intan Dewi Utari. (2024). Representasi Budaya Tionghoa dalam Film Kung Fu Panda 4: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Url.Jurnal.Ideaspublishing.Co.Id*.

Yusmawati, & Restiawan Permana. (2021). Konstruksi Pesan Dan Pemaknaan Visual Dalam Video Marketing Campaign “Nike Pro Hijab” Dan “Noore Sport Hijab.” *JURNAL KOMUNIKA ISLAMIKA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI DAN KAJIAN ISLAM*.

Zulkarnain; Samsir. (2024). Peningkatan Penjualan Di Tokopedia: Dampak Impulse Buying Pada Live Streaming Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Di Tokopedia. *Jurnal Economica*.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

