

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Ardianda. (2016). REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM VIDEO KLIP BERCAHAYA (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Iklan Kosmetik PONDS). *Jurnal Ilmu Komunikasi Eproc*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116332/representasi-kecantikan-dalam-video-klip-bercahaya-analisis-semiotika-john-fiske-dalam-iklan-kosmetik-ponds-.html>
- Alex Sobur. (2006). *Semiotika Komunikasi*.
- Anastasia, M. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial instagram (analisis semiotika roland barthes pada akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pahuan _ girl). *Paradigma*, 04(03), 1–13.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Caroline, P., Novitasari, D., Virgiana, B., Ki, J., Penghulu, R., Karang, N., Caroline, P., Novitasari, D., Virgiana, B., Caroline, P., Novitasari, D., & Virgiana, B. (2020). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Body Shaming Dalam Film Imperfect : Karier , Cinta & Timbangan Semiotic Analysis Charles Sanders Peirce About Body Shaming in Imperfect Film : Career , Love & Scales. *Jurnal Massa*, 01(02), 222–232. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JM/article/view/1276>
- Cemerlang, A. (2017). Representasi Konsep Diri Cantik dalam Video Klip (Analisis Semiotika Video Klip Beyonce- Pretty Hurts). *Eprints.Ums.Ac.Id*, 1–23. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/49501%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/49501/1/Binder1.pdf>
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami semiotika Media*.
- Djaya, A. K. (2007). *Natural Beauty Inner Beauty*.
- Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film panduan menjadi produser*.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Alauddin University Press.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce*,

Marcel Danesi & Paul Perron, dll.. Komunitas Bambu.

Indiwan Seto Wahyu Wibowo. (2011). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi.*

Lexy J. Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif.*

Little John, S. W. (1998). *Theories of Human Communication* (5th ed.).

Littlejohn, SW and Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi.*

Littlejohn, S. W. & K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.).

Liza Fitriana. (2022). *Kala Standar Kecantikan Wanita Harus Kulit Putih.*
Kumparan.Com. <https://kumparan.com/liza-fitriana-1652605163765562122/kala-standar-kecantikan-wanita-harus-kulit-putih-1y7h1Np44hg>

M Chairul, B. 'manailo. (2019). *Paradigma Konstruktivis Preprints. October, 96–97.*

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.).

Mega Silvia. (2022). *Makna Lagu Tutur Batin oleh Yura Yunita yang Trending di YouTube Musik.*
Jatimnetwork.Com.
<https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-432899171/makna-lagu-tutur-batin-oleh-yura-yunita-yang-trending-di-youtube-musik>

Moleong, J. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Rosdakarya.*

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.*

Munjidah Hamsah. (2019). *Obsesi Standar Kecantikan Ini Bikin Wanita Selalu Merasa Kurang, Padahal...*
Beautynesia.Id.
<https://www.beautynesia.id/beauty/obsesi-standar-kecantikan-ini-bikin-wanita-selalu-merasa-kurang-padahal/b-130786>

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).*

Nurudin. (2007). *Menuju Era Komunikasi Massa. Pengantar Komunikasi Massa.*

Olivia, Femi. (2010). *Change Yourself into Swan, itik buruk rupa juga bisa jadi binatang.*

Piliang, Y. A. (2010). *Kode, Gaya dan Matinya Makna: Semiotika dan Hipersemiotika.*

Prabasmoro, A. P. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas,*

dan Globalitas dalam Iklan Sabun.

- Putri Intan Bareswari. (2021). *Perempuan dan Standar Kecantikan*.
<https://komahi.uai.ac.id/perempuan-dan-standar-kecantikan/>
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ryan Sarah Pratiwi. (2021). *Survei: Perempuan Kini Nilai Kecantikan Tak Hanya dari Fisik*. Kompas.Com.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/20/191402920/survei-perempuan-kini-nilai-kecantikan-tak-hanya-dari-fisik?page=all>
- Siswati, E. (2015). Representasi Domestikasi Perempuan dalam Iklan. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 11(2), 179–194. <https://doi.org/10.24002/jik.v11i2.417>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. 37–52.
- Syata, N. (2012). MAKNA CANTIK DI KALANGAN MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF FENOMENOLOGI. *Skripsi*.
<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Syata%2C+2012%3A14>
- Theresia, M. C. (2020). *REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM VIDEO KLIP COLBIE CAILLAT “ TRY ” REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM VIDEO KLIP COLBIE CAILLAT “ TRY .”*
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*,.
- Yunita Dewi. (2022). *Makna Sebenarnya di balik Lagu Tutur Batin - Yura Yunita*. Anaksenja.Com. <https://www.anaksenja.com/2022/03/arti-dan-makna-sebenarnya-di-balik-lirik-lagu-yura-yunita-tutur-batin.html?m=1>
- Wibowo. (2011). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media