

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, H. B., & Kartika, A. D. (2023). Representasi Rambut Indah Pada Iklan Shampoo Pantene di Instagram @Pantene\_deu. *The Journal of Universitas Negeri Surabaya*, 1-10\
- Asfara (2021). *Asyik Belajar Bahasa Korea Lewat K-Drama*. NOKTAH.
- Basir, N. S. D., Tsalatsa, S. L. T., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di TikTok dan Instagram. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) 2022* (Vol. 01, 567). Jurusan Ilmu Ilmu Sosial, FISH Universitas Negeri Surabaya.
- Carter, J. J., & Vartanian, L. R. (2022). Self-concept clarity and appearance-based social comparison to idealized bodies. *Body Image*, 40, 124-130.
- Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yrama Widya
- Darmadi, H. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Dian Josua, (2023). CITIZEN SCIENCE REVIEW: BAGAIMANA KECANTIKANDIPANDANG SECARA PSIKOSOSIAL?: *Jurnal psikologi*. Vol. 16, No. 2.
- Eriyanto. 2008. *Analisis Wacana (Pengantar Analisis Teks Media)*. Yogyakarta: Lkis.
- Eve Margareth Sarah et al. (2023). "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Iklan Produk Kecantikan yang Menyesatkan di Media Sosial." *Jurnal Teknologi dan Kesehatan dan Ilmu Sosial*, Vol. 5, No. 1, Tahun 2023.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54. doi: 10.21831/hum.v21i1.38075
- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis. [electronic resource] : the critical study of language*. Harlow, England ; New York : Longman.
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman
- Fitriawan dan akhirul (2018) Media dan Kekerasan: Analisis Norman Fairclough Terhadap Pemberitaan Tarung Gladiator. *Jurnal Sospol*, Vol 4 No 1 Hlm 37-54
- Ghela Islamey, I. (2020). Wacana Standar Kecantikan Peremuan Indonesia .pada Sampul Majalah Fem A. Pikma: *Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 2(2)
- Hardiyanti, B., Ajeng, K. (2023). Representasi Rambut Indah Pada Iklan Shampoo Pantene Di Instagram @Pantene\_Deu. *E-Journal Identität*, 12(2).

- Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010, 172
- Islamey, G. R. (2020). Wacana standar kecantikan perempuan Indonesia pada sampul majalah Femina. *Jurnal PIKMA*, 2(2), 110-119.
- Kartono, K. (2016). Psikologi Wanita: Mengenal Gadis Remaja dan Wanita Dewasa. Bandung: Mandar Maju
- Khikmah, S., Puji, A. (2019). Wacana Kritis Fairclough Dalam Teks Iklan Mana Tau: Indian Royal Cofee. Hortatori, *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 111-117.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Mahanani, M. P., Laraswati, D., Salsadilla, R., & Nabilah, H. (2020). Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri untuk Membangun Pemahaman tentang Standar Kecantikan. Kumawula: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 450.
- Munfarida, E. (2014). Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough. *Komunika*, 8 (1), 1-19.
- Moffitt, R. L., Neumann, D. L., & Williamson, S. P. (2018). Comparing the efficacy of a brief self-esteem and self-compassion intervention for state body dissatisfaction and selfimprovement motivation. *Body Image*, 27, 67-76
- Monteiro, O. (2018, April 23). *Tubuh perempuan dan kesadaran sosial*. Alinea.Id
- Mukromin, Wiwik, “ Media Sebagai Lembaga Sosial dan Komersial” *Jurnal AL-Nashihah*, vol, 3, no, 2, 135, ISSN 2503-104X.
- Nasiha, Nadia., & Yunaldi, Ari. (2019). Representasi Kecantikan dalam Iklan Slim White: Analisis dari Perspektif Studi Wacana Sara Mills. *Al-Munzir*, 12(1), 166.
- Nasution, Z., Jati, A. K. N., & Setia, S. (2019). Pelatihan Etika Berbahasa Bagi Siswa Untuk Meningkatkan Keterampilan Berkomunikasi Di Media Sosial. Kumawula: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2)
- Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, “ *Sejarah Dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan Di Indonesia*”, Cet Ke-1; ( Malang: UB Press,2022 ), h.21-22.
- Pranowo, A. (2022). Analisis Wacana Kritis pada Iklan Kosmetik. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Bahasa*, 10(1), 45-55.
- Rosita Indah Utami, Aan Herdiana. (2021). "Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah di Radio Kasihku FM Bumi Ayu dalam Teori Resepsi Stuart Hall." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, Vol. 3, No. 2, Halaman 509.

- Sari, Y. P. (2019). *Pembingkaian Wacana Kecantikan dalam Iklan Sabun Mandi Safi: Kajian Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.
- Seftin Adelina. *Analisis Wacana Kritis Iklan Skincare di Media Sosial: Magister Pendidikan Bahasa Indonesia Pascasarjana Unisma*.
- Silaswati, D. (2018). Analisis Wacana Kritis dalam Pengkajian Wacana. *Metamorfosis: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 1(2), 1-10
- Siti Aisya, Yusmar Ali, et.all. "Dasar – Dasar Periklanan ,Cet Ke-1 ( Yayasan Kita Menulis,2021),h.1-5
- Siti Racmah. (2022). "Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo." *Jurnal Ijomas*, Vol. 3, No. 4, Tahun 2022.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarti, E. (2010). Analisis wacana kritis: Metode analisis dalam perspektif Norman Fairclough. *Lingua Scientia*, 2(2), 157.
- Statista. (2021). Consumer market outlook | Statista. *Statista, January*
- Utami. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Konstruksi Sosial tentang Kecantikan Wanita. *Tesis, Program Studi Sastra dan Administrasi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
- Vartanian, L. R., & Hayward, L. E. (2020). Dimensions of internalization relevant to the identity disruption model of body dissatisfaction. *Body Image*, 32, 1-4. doi: 10.1016/j.bodyim. 2019.10.008.