

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. (2018). *Anatomy Senyum Kajian Kinesisiologi*. Airlangga University Press.
- Adriyana, Riedha Aghniya. (19 Desember 2020) *Evolusi Produk Kecantikan Korea : Zaman Kerajaan Sampai Era Modern*. Diakses pada 17 Januari 2021.
<https://18news.id/gaya-hidup/kecantikan/Evolusi-Produk-Kecantikan-Korea--Zaman-Kerajaan-Sampai-Era-Modern/>
- Andreas, R. (2019). *Konstruksi Kecantikan dalam Akun Instagram @ugmcantik*.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial instagram (analisis semiotika roland barthes pada akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan _ girl). *Paradigma*, 04(03), 1–13.
- Arista, E., & Astuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*.
- 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*. <https://doi.org/10.14710/humanika.v24i2.17572>
- Artawan, G. A. W. M., Shintadewi, E. A., & Budiana, H. R. (2016). Makna Kegiatan Unilever Future Leaders League Bagi Para Peserta. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/prh.v1i1.9469>

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*.
- Besman, A., Septrina, R., & Rahman, P. H. A. (2018). The Change of Beauty Standard, A Korean Wave Phenomenon Findings from Bandung City. <https://doi.org/10.2991/icomacs-18.2018.28>
- Beauty Journal Sociolla. (27 Dec 2019). Mau Punya Kulit Glowing dan Lembap ala Tren Choc-Choc Korea? Ini Kunci Rahasiannya!. Diakses pada 14 November 2020. <https://journal.sociolla.com/beauty/kunci-rahasia-punya-kulit-glowing-dan-lembap-ala-tren-choc-choc-korea>
- Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana.
- Cahyani,Sulandari Retno. 2019. KONSTRUKSI KECANTIKAN PADA IKLAN WARDAH VERSI “HALAL DARI AWAL”. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau
- Chaney, D. (2011). *Lifestyles, Sebuah Pengantar Konrehensif (Diterjemahkan oleh Nuraeni)*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Cresswell.John W. 2016. Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Cummings,Aaron. (10 April 2020). What is The Korean Beauty Standard?. Diakses pada 16 Februari 2020. <https://plasticspot.io/blog/what-is-the-korean-beauty-standard/>

Diangga. (13 April 2018). Inilah Warna Pakaian yang Ternyata Bisa Mencerahkan Warna Kulit Kamu, Lho. Diakses pada 16 Februari 2020. <https://www.beautynesia.id/berita-fashion/inilah-warna-pakaian-yang-ternyata-bisa-mencerahkan-warna-kulit-kamu-lho/b-105452>

Dhani,Arman. (9 April 2017). Drama Korea Hidup Saya. Diakses pada 2 Juni 2021. <https://tirto.id/drama-korea-hidup-saya-cmbE>

FashionKorea.glosiran.com. (November 2016). Keunggulan Produk Kecantikan dan Kosmetik asal Korea Selatan. Diakses pada 29 November 2020. <https://fashionkorea.glosiran.com/2016/11/keunggulan-produk-kecantikan-dan.html>

Fitria,Dian. 2018. “ANALISIS MAKNA CANTIK WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN

(Studi pada Iklan Wardah Inspirasi Make Up Idul Fitri Versi Zakia Sungkar)” . fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Negeri Islam (UIN) Raden Intan Lampung.

Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta : Rajawali Pers.

Imaroh, H. I. (2017). PENANGANAN PELAYANAN PENGADUAN PELANGGANMENGENAI KELUHAN TIDAK DAPAT AIR (TDA) DI PDAM SURYA SEMBADA SURABAYA. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*. <https://doi.org/10.30996/jpap.v3i1.1229>

Juniar,Nia. (03 Maret 2017). Cantik dengan Kulit Cerah dan Bersinar. Diakses pada 2 Juni 2021. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/94603/cantik-dengan-kulit-cerah-dan-bersinar>

- Khulsum, U. (2014). Perspektif Cantik Perempuan Korea dalam Film *Minyeoneun Georowo*. *Departemen Bahasa Dan Kebudayaan Korea, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia*.
- Kompasiana.com. (8 Mei 2020). Standar Cantik ala Wanita Korea Selatan, Wanita Indonesia Ada yang Ingin Coba?. Diakses pada 14 November 2020. <https://www.kompasiana.com/axlnesta/5eb45aad097f36682949fe52/standar-cantik-menurut-wanita-korea-selatan?page=all>
- Laksono, Sindhu Agung. 2017. "HUBUNGAN WARNA KULIT DENGAN CITRA TUBUH DAN HARGA DIRI MAHASISWA DI FAKULTAS KEPERAWATAN UNIVERSITAS AIRLANGGA". Fakultas Keperawatan. Universitas Airlangga Surabaya.
- Li, E. P. H., Min, H. J., Belk, R. W., Kimura, J., & Bahl, S. (2008). Skin lightening and beauty in four Asian cultures. *Advances in Consumer Research*, 35, 444–449.
- Lim, W. M., & Ting, D. H. (2011). The Construction of Beauty in Malay Magazine Advertisements. *Contemporary Management Research*, 7(3). <https://doi.org/10.7903/cmr.9566>
- Line Today. (25 Juli 2020). Evolusi Produk Kecantikan Korea, Sejak Zaman Kerajaan hingga Era Modern Sekarang. Diakses pada 17 Januari 2020. <https://today.line.me/id/v2/article/PDOK11>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *TEORI KOMUNIKASI INDIVIDU HINGGA MASSA*. Jakarta : Prenamedia Group.

- Muta'afi, F., & Handoyo, P. (2015). Konstruksi Sosial Masyarakat Terhadap Penderita Kusta. *Paradigma*.
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). *Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara*. 9(2), 136–146.
- Ngangi, C. R. (2011). KONSTRUKSI SOSIAL DALAM REALITAS SOSIAL. *AGRI-SOSIOEKONOMI*. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.7.2.2011.85>
- Noor, F., & Wahyuningratna, R. N. (2017). Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan New Era Boots di Televisi (Kajian Semiotika Roland Barthes). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*.
- Nurhasan Islamy, M. A. (2015). *Penerapan Senyum Pustakawan*. XI, 44–49.
- Perawijayanti, E. (2016). Konstruksi kulit putih di kalangan perempuan di kotaPerawijayanti, E. (2016). Konstruksi kulit putih di kalangan perempuan di kota Tanjungpinang. *Marketing Science*. Tanjungpinang. *Marketing Science*.
- Perkasa,Gading. (13 Agustus 2020). 7 Tanda Seseorang Menyukai Kita yang Sering Tak Disadari. Diakses pada 2 Juni 2021. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/08/13/201500620/7-tanda-seseorang-menyukai-kita-yang-sering-tak-disadari?page=all>
- Pratiwi, O., & Luthfianiza, L. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia Dalam Iklan Citra. *Jurnal Audiens*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.12016>

- Raco, J. (2010). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya* (A. L (ed.)). PT Gramedia Widiasarana Indonesia. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rahardjo, S., Dektisa, A. H., & Arini, B. D. M. (2016). *Mitos Kecantikan Wanita Indonesia Dalam Iklan TELEVISI PRODUK CITRA ERA TAHUN 1980-an, 1990-an dan 2010-an*.
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (Edisi 1, C). Deepublish.
- Sandhy,Area. 2016. “PEMAKNAAN PEREMPUAN TERHADAP KONSTRUKSI MITOS KECANTIKAN DI MEDIA ONLINE FEMALE DAILY.COM”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Santoso, P. (2016). *Konstruksi Sosial Media Massa. Al-Balagh*.
- Saputra, M. L., Priyowidodo, G., & Wahjudianata, M. (2018). Representasi Kecantikan Perempuan Korea Selatan dalam Film “Plump Revolution.” *Jurnal E-Komunikasi*.
- Sari, N. S., Sosiologi, P. S., Sosial, F. I., Surabaya, U. N., Sadewo, D. F. X. S., & Si, M. (n.d.). (*Praktik Sosial Pola Berpakaian Pengguna Korean Style di Surabaya*). 25, 1–7.
- Scania, H., Ilmu, F., Budaya, P., Studi, P., Dan, B., & Korea, K. (2016). *UNIVERSITAS INDONESIA Keutamaan Kecantikan bagi Masyarakat Joseon (1392-1897) Makalah Non-Seminar*.

- Seo, Y., Cruz, A. G. B., & Fifita, I. M. E. (2020). Cultural globalization and young Korean women's acculturative labor: K-beauty as hegemonic hybridity. *International Journal of Cultural Studies*.
<https://doi.org/10.1177/1367877920907604>
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakaiya.
- Solihin. (2015). Terpaan Iklan Mendorong Gaya idup Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*.
- Streng, C. A. (2018). *Riding the Wave: How the Media Shapes South Korean Concepts of Beauty*. <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1157645/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susilo, Felicia Wongso. 2017. Konstruksi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Cahaya Cantik Raisa By Pond's. Skripsi. Surabaya. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Tobing, Willy. (16 Mei 2020). 5 Manfaat Super Buah Yuzu untuk Kulit dan Tubuh. Diakses pada 16 Februari 2020. <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4256043/5-manfaat-super-buah-yuzu-untuk-kulit-dan-tubuh>
- Unitari, Giovanni. (4 Agustus 2020). Ini 10 Selebriti Korea yang Jadi Bintang Iklan di Indonesia!. Diakses pada 2 Juni 2021. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2020/21447/ini-10-selebriti-korea-yang-jadi-bintang-iklan-di-indonesia>

- Weisarkurnai, B. Fahmi. (2017). Representasi Pesan Moral Dalam Film Rudy Habibie Karya Hanung Bramantyo (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jom Fisip*.
- Wiasti, N. M. (2012). REDEFINISI KECANTIKAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PEREMPUAN BALI, DI KOTA DENPASAR. *PIRAMIDA*.
- Windsari, A., Yusriana, A., & Pratiwi, M. R. (2017). PEMAKNAAN KECANTIKAN SEBAGAI PUTIH JEPANG DALAM IKLAN SHINZUI BODY CLEANSER. *INFORMASI*. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.13614>.
- Worotitjan, H. G. (2014). KONSTRUKSI KECANTIKAN DALAM IKLAN KOSMETIK WARDAH. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 2, No.2.
- Yan, Y., & Bissell, K. (2014). The Globalization of Beauty: How is Ideal Beauty Influenced by Globally Published Fashion and Beauty Magazines? *Journal of Intercultural Communication Research*.
<https://doi.org/10.1080/17475759.2014.917432>
- Yazia, V. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE BLACKBERRY (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Economica*.
<https://doi.org/10.22202/economica.2014.v2.i2.229>