

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barker, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Carmeliasinta. (2020). *Standar Kecantikan dalam Perspektif Historis Era Post Kolonial-Reformasi*. Yoursay Suara.
- Cresswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal : Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, A. W. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Philosophy of Science* (Vol. 4, Issue 4). Yogyakarta: Pandiva Buku.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19528854><http://libproxy.unm.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=51827937&site=eds-live&scope=site%5Cnhttp://content.ebscohost.com.libproxy.unm.edu/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=51>
- Melliana, A. (2013). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkIS.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century Sixth Edition*. New York: Routledge.
- Robbins, S. P., & Timothy, A. J. (2008). *Perilaku Organisasi* (12th ed.). Jakarta: Selemba Empat.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.

Jurnal

- Adani, Dalilah. Wulan Yulianti, & Janette M. P (2021). Kampanye Marketing Public Relations BeBASEkspresi Mengenai Perubahan Stigma Standar Kecantikan Perempuan Indonesia. *Journal Of Research On Business And Tourism*. Vol. 1 No.2. <https://doi.org/10.37535/104001220211/>.
<https://journal.lspr.edu>
- Dassy, C. N., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2020). Representasi Kecantikan Dalam Iklan Make Over Beauty Beyond Rules: ART Collaboration. *FISIP UNUD*. <https://ojs.unud.ac.id>
- Dewi, V. R & Winduwati, S. (2019). Kampanye Tubuh Positif Perempuan "Real People Real Body" oleh @Nipplets_Official. *Prologia*, 3(2), 327-333.
<https://dx.doi.org/10.24912/pr.v3i2.6352>
- Istvanic, Marin (2017). Digital Marketing in the Business Environment. Croatia: University of Osijek. <https://ijeces.ferit.hr/index.php/ijeces/article/view/760>
- Khoerunnisa, R., Abidin, Y. Z., Ma'arif, A. A (2018) Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman. Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat, 3(4), 59-77.
<https://doi.org/10.15575/reputation.vii4.453>

Aprilianti Dewi, 2022

PENGARUH PESAN KAMPANYE MAKING BEAUTY BETTER OLEH DEAR ME BEAUTY TERHADAP SIKAP FOLLOWERS MENGENAI STANDAR KECANTIKAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Pratiwi, R. Z. . (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra Dalam Bingkai Komodifikasi). *An-Nida*, 10(2).
- Sandhy, A. (2016). *Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan Dalam Media Online Femaledaily.com [Universitas Diponegoro]*. [Universitas Diponegoro]. <https://doi.org/Vol.4 Issue.4>
- Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan. *Untar Koneksi*, 5(1).
- Utami, F. ., Firdaus, D. R. ., & Martha, L. . (2020). Efektivitas Kampanye Program Bogor Tanpa Kantong Plastik Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Pada Lingkungan. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 4(2).

Skripsi

- Atshilla, Z. (2021). *Pengaruh Pesan Kampanye Melalui Media Film Web Series "Pakai Hati" Terhadap Minat Masyarakat Berwirausaha*. UPN Veteran Jakarta.
- Claudia, S. X. (2021). *Pengaruh Pesan Kampanye Iklan Produk Kecantikan terhadap Brand image di Media Sosial (Studi Kasus #BeautyHasNoGender di Akun Instagram @Dearmebeauty)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Herdy, Pavita Ray (2019) *Pengaruh Pesan Kampanye #YourBeautyRules Terhadap Sikap Followers (Studi Followers Akun Instagram @femaledailynetwork)*. UPN Veteran Yogyakarta.

Artikel

- Komarudin. (2020). *Tren Kecantikan 2020, Tampilan Flawless Masih Jadi Idaman*. Liputan6.Com.
- Komarudin. (2021). *Gandeng Bapak-Bapak Jadi Model, Brand Kosmetik Lokal Panen Pujian*. Liputan6.Com.
- Line, W. T. (2020). *We need to stop chasing unrealistic beauty standards in Asia and start feeling beautiful*. Channelnewsasia.Com.
<https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/style/unrealistic-beauty-standards-in-asia-253961>
- Sendari, A. . (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Liputan6.Com.
- ZAP. (2020). *ZAP Beauty Index 2020*. Zapclinic. zapclinic.com:
<https://zapclinic.com/zapbeautyindex>