

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(02). <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1 ed.). Ar-Ruzz Media.
- Al-Ghaffar, J., Hidayah, N., Hasibuan, R., & Harahap, R. (2022). Pengembangan Media BK untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa di MAN 2 Deli Serdang. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.5281>
- Amin, O. (2015). Representasi Kecantikan Perempuan Pada Iklan Dove Versi “Real Beauty Sketches” Di Situs Youtube. *COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI*, 4(1). <https://repository.unair.ac.id/17562/>
- Angelis, B. (2005). *Confidence (Percaya Diri): Sumber Sukses dan Kemandirian* (8 ed.). Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Aurelia, J. (2022, Maret 28). Melawan Pengaruh Kolonialisme Terhadap Standar Kecantikan. *tirto.id*. <https://tirto.id/melawan-pengaruh-kolonialisme-terhadap-standar-kecantikan-gql5>
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (1 ed.). RajaGrafindo Persada.
- Cejka, M., & Eagly, A. (1999). Gender-Stereotypic Images of Occupations Correspond to the Sex Segregation of Employment. *Sage Journals*, 25(4). <https://doi.org/10.1177/0146167299025004002>
- Christomy, T., & Yuwono, U. (2004). *Semiotika Budaya*. Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=27169>
- Daratri, R. (2018). *Analisa Semiotika: Representasi Feminitas Pada Hasil Karya Foto Rubrik " Geulis "* [UNIVERSITAS PASUNDAN]. <http://repository.unpas.ac.id/32833/>
- Ghufron, M. N., & Risnawita S, R. (2020). *Teori—Teori Psikologi*. Repository IAIN Kediri. <https://repository.iainkediri.ac.id/584/>
- Hall, S. (1997). *REPRESENTATION: Cultural Representations and Signifying Practise*. SAGE Publications. <https://fotografiaeteoria.wordpress.com/wp->

- content/uploads/2015/05/the\_work\_of\_representation\_\_stuart\_hall.pdf
- Hartono, C. F. G. S. (2000). *Ratifikasi konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang penghapusan segala bentuk diskriminasi terhadap wanita dan undang-undang hak-hak asasi manusia*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97870>
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). *ANALISIS DATA KUALITATIF : Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (1 ed.). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. <https://books.google.co.id/books?id=lf7ADwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Herdiansyah, H. (2016). *Gender dalam Perspektif Psikologi*. Penerbit Salemba Humanika.
- Hutabarat, M. (2023). *Perbedaan Kepercayaan Diri Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Santri di Pondok Pesantren Syekh Ahmad Basyir (Parsariran Tapsel)* [UNIVERSITAS MEDAN AREA]. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/1603>
- Iswindharmajaya, D., & Agung, G. (2004). *Satu Hari Menjadi Lebih Percaya Diri*. PT Elex Media Komputindo.
- Jefkins, F. (1996). *Periklanan Edisi 3* (3 ed.). Erlangga, Jakarta. [https://www.tokopedia.com/nugatama/buku-periklanan-3-frank-jefkins-penerbit-erlangga-tahun-1996?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=pdp-seo](https://www.tokopedia.com/nugatama/buku-periklanan-3-frank-jefkins-penerbit-erlangga-tahun-1996?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=pdp-seo)
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan* (3 ed.). Erlangga. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/203024/periklanan>
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kasiyan. (2001). PEREMPUAN DAN IKLAN: SEBUAH CATATAN TENTANG PATOLOGI IDEOLOGI GENDER DI ERA KAPITAL. *NIRMANA*, 3(2). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1347944&val=354&title=PEREMPUAN%20DAN%20IKLAN%20SEBUAH%20CATATAN%20TENTANG%20PATOLOGI%20IDEOLOGI%20GENDER%2>

ODI%20ERA%20KAPITAL

- KOMNAS HAM. (1948). *DEKLARASI UNIVERSAL HAK-HAK ASASI MANUSIA* [Dataset]. KOMNAS HAM. [https://www.komnasham.go.id/files/1475231326-deklarasi-universal-hak-asasi--\\$R48R63.pdf](https://www.komnasham.go.id/files/1475231326-deklarasi-universal-hak-asasi--$R48R63.pdf)
- Lauster, P. (1994). *Tes kepribadian Peter Lauster ; diterjemahkan oleh D.H. Gulo* (9 ed.). Jakarta Bumi Aksara. <https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac?id=79505>
- Ligariaty, Y. & Irwansyah. (2021). NARASI PERSUASI SOCIAL MEDIA INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KONSEP KECANTIKAN DAN KEPERCAYAAN DIRI. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 4(2), 173–186.
- Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). *Theories of Human Communication* (9 ed.). Wadsworth Publishing.
- Maharani, A. (2022). *HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PANTI ASUHAN “X” DI KOTA SEMARANG* [Universitas Semarang]. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/F11A/2018/F.111.18.0011/F.111.18.0011-15-File-Komplit-20220304093223.pdf>
- Martani, W., & Adiyanti, M. (1991). Kompetensi Sosial dan Kepercayaan diri remaja. *Jurnal Psikologi*, 17–20.
- Mirhan, & Jusuf, J. (2016). HUBUNGAN ANTARA PERCAYA DIRI DAN KERJA KERAS DALAM OLAHRAGA DAN KETERAMPILAN HIDUP. *Jurnal Olahraga Prestasi*, 12(1). <https://doi.org/10.21831/jorpres.v12i1.9499>
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Myers, D. G. (2008). *Psychology NINTH EDITION* (9 ed.). Worth Publishers.
- Ouvrein, G., De Backer, C., & Vandebosch, H. (2018). Online celebrity aggression: A combination of low empathy and high moral disengagement? The relationship between empathy and moral disengagement and adolescents’ online celebrity aggression. *APA PsycInfo*, 89, 61–69. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.029>

- Paramita, N. (2018). *Representasi Perempuan cantik Dalam Iklan: Studi Kasus Isam Wardah di Televisi* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23509/simple-search?filterquery=Nyoman+Dewi+Pradnya+Paramita&filtername=author&filtertype>equals>
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (1 ed.). Pustaka Setia.
- Prihartini, S. (2014). REPRESENTASI PEREMPUAN BERAMPUT PIRANG DALAM BLONDE JOKES. *MAKNA : Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, 4(2). <https://doi.org/10.33558/makna.v4i2.1135>
- Rahman, A. (2013). Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala. *SCRIBD*, 1(2), 77–86.
- Sakhinah, S., & Arbi, A. (2019). Persuasive Strategic Communication: Tabligh in Komunitas Anak Muda Berhijrah or Hijrah Youth Community. *DAKWAH : Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 23(1). <https://doi.org/10.15408/dakwah.v23i1.13925>
- Santoso, E., & Larasati, N. (2019). BENARKAH IKLAN ONLINE EFEKTIF UNTUK DIGUNAKAN DALAM PROMOSI PERUSAHAAN. *JURNAL ILMIAH Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Satiadarma, M. (2000). *Dasar-dasar psikologi olahraga* (Perpustakaan UI, Lantai 2). Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=10503>
- Schneider, D. J. (2005). *The Psychology of Stereotyping*. New York : The Guilford Press.  
[https://books.google.co.id/books?id=mHTLBB1xhcEC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=mHTLBB1xhcEC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Sebayang, C. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI KECANTIKAN PADA IKLAN PANTENE TOTAL DAMAGE CARE 10 VERSI RALINE SHAH DI MEDIA TELEVISI. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 5(2). <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2985>

- Shandy, M. (2011). *Representasi Kecantikan Dalam Iklan (Studi Semiotik Representasi Kecantikan Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Versi Lux Soft Touch—Atiqah Hasiholan Di Media Televisi)* [UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR]. <https://core.ac.uk/outputs/12217584/>
- Sholiha, & Aulia, L. (2020). Hubungan Self Concept dan Self Confidence. *Jurnal Psikologi*, 7(1), 41–55.
- Sinthia, R. (2011). HUBUNGAN ANTARA PENERIMAAN SOSIAL KELOMPOK KELAS DENGAN KEPERCAYAAN DIRI PADA SISWA KELAS I SLTP XXX JAKARTA. *JURNAL KEPENDIDIKAN TRIADIK*, 14(1). <https://repository.unib.ac.id/327/>
- Situmeang, I. (2015). REPRESENTASI WANITA PADA IKLAN TELEVISI WARDAH COSMETIC (Analisis Semiotik Roland Barthes Wardah Inspiring Beauty Versi True). *SEMIOTIKA JURNAL KOMUNIKASI*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v9i1.11>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. ALFABETA.CV.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D* (2 ed.). Alfabeta, CV.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (1 ed.). ALFABETA.CV.
- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). MENUMBUHKAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/205/249>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Penerbit ANDI. <https://andipublisher.com/produk/detail/strategi-pemasaran>
- Triadi, D., & Bharata, A. (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Elex Media Komputindo. [https://books.google.co.id/books?id=tqqK46eRe5kC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=tqqK46eRe5kC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Unilever Indonesia. (2022, April 20). *Dove Berkolaborasi dengan Dian Sastrowardoyo Luncurkan Lagu ‘Rambutku Mahkotaku.’*

- <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2022/dove-berkolaborasi-dengan-dian-sastrowardoyo-luncurkan-lagu-rambutku-mahkotaku/>
- We Are Social. (2023). *Special Report Digital 2023* [Dataset]. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Weinberg, R., & Gould, D. (1995). *Foundations of Sport and Exercise Psychology*. Human Kinetics.
- Wibowo, I. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (2 ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media. <https://www.scribd.com/document/370635656/indiwan-seto-wahjuwibowo-Semiotika-Komunikasi-Ap-BookFi-pdf>
- Widiastuti, R. (2008). Rambut dan Identitas Perempuan: Membaca Rambut Perempuan di Media Massa. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 297–392.
- Widyatama, R. (2007). *Pengantar periklanan* (5 ed.). Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan; Kala Kecantikan Menindas Perempuan. Terjemah Alia Swastika dari The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (1 ed.). Yogyakarta Niagara.
- Yunita, B., Erawan, E., & Nurliah. (2019). REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN WRP ON THE GO UNTUK MEMBENTUK CITRA PEREMPUAN CANTIK. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 7(4). <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3948>