

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Muri Yusuf. (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Bungin, B. (2022). *Post-Qualitative Social Research Methods: Kuantitatif-Kualitatif-Mix Methods* (1). Jakarta: Kencana.
- Fairclough, Norman. (1989). *Language and Power*. New York: Addison Wesley Longman.
- Fairclough, Norman. (1995). *Critical Discourse Analysis*. New York: Addison Wesley Longman.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita & A. Yanto, Eds.; 1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Guolla, M. A., Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising & Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. Canada: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. & Keller, L.K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Miles dan Huberman. (2020). *Metode penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Teknik Analisis Data, 135–138.
- Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muri Yusuf. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2019, Cet V), h.384
- Noer, K. U. (2021). *Pengantar Sosiologi untuk Mahasiswa Tingkat Dasar*. Jakarta: Perwatt.
- Prayogi, R. (2023). *Media, Wacana Korupsi, dan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough*. Selat Media.
- Raharjo, R. P., & Nugraha, M. P. A. S. (2022). *Pengantar Teori Sastra*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif: Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani.
- Widiyono, A. (2023). *Konstruksi dan Persepsi Batik Peter L. Berger: Monograf*. UNISNU PRESS.
- Wolf, Naomi. (2013). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used against Women*. Random House.

Jurnal Nasional

- Afidah, N. S. (2021). *Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan Shampo Sunslik Hijab Perfume Selection Versi Laudya Cynthia Bella (2020)(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Alamin, A. M. R. L. (2023). *ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH TERHADAP KONSEP PLURALISME DALAM WEBSITE NU ONLINE* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Aprilia, M. N. (2021). *Representasi Kecantikan dalam Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan: Analisis Semiotik Danesi dan Perron* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Astuti, S. P. (2017). Persuasi dalam wacana iklan. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 12(1), 38-45.
- Buton, L. H., Susiati, S., & Taufik, T. (2021). *Konstruksi Sosial Masyarakat Namlea atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama*. Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton, 7(4), 618–629.
- Cahyani, S. R. (2019). *Konstruksi Kecantikan Pada Iklan Wardah Versi “Halal Dari Awal”* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

- Daulay, H. (2024). Konstruksi Kecantikan: Makna Cantik Oleh Mahasiswi Pengguna Skincare Korea: Konstruksi Kecantikan: Makna Cantik Oleh Mahasiswi Pengguna Skincare Korea. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 01-17.
- DH, A. G. (2023, November). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1440-1448).
- Dharma, F. A. (2018). Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 10–16.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Fauzan, U. (2013). Analisis wacana kritis model Fairclough. *Jurnal Pendidik*, 5(2), 1-10.
- Firdaus, D. N. (2024). Konstruksi Standar Kecantikan Mahasiswi Fisip Melalui Akun@ ubcantikid. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(6), 2904-2913.
- Fitriani, H. N., Herdiansyah, M. R., & Sai'dah, N. (2022). Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan AXE Effect Call Me versi Sauce. *Jurnal Audiens*, 3(1), 115-124.
- Habib, M. A. F., & Fitrianiatsany, F. Advertising And Popular Culture: The Construction Of Beauty And Goodness In Advertising. *Kalijaga International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 5-15.
- Handayani, N. D., Mailin, M., Lubis, N., & Hasibuan, W. A. (2022). Analisis Wacana Fairclough Pada Pemberitaan Selebgram Rachel Vennya Di Media Daring Tempo. Co. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 6(2), 156-169.
- Hariyanti, R., & Harwati, L. N. (2017). Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan Melalui Iklan Produk Kecantikan di Televisi. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 6(1), 31-43.
- Hasrin, A., & Sidik, S. (2023). Tren kecantikan dan identitas sosial: Analisis konsumsi kosmetik dan objektifikasi diri di kalangan perempuan Kota Palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4), 740-757.

- Jannah, M. (2019). Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough terhadap Kontroversi Puisi “Ibu Indonesia” Karya Sukmawati Soekarnoputri.
- Kevinia, C., Aulia, S., & Astari, T. (2022). Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film *Miracle in Cell No. 7* Versi Indonesia. *Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38-43.
- Lancia, F., & Azis, A. (2023). K-Beauty dan Standar Kecantikan di Indonesia (Analisis Wacana Sara Mills pada Kanal YouTube Priscilla Lee). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(01), 56-68.
- Makbul, M. (2021, June 15). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.
- Malahayati, N., Islamiyati, R., & Hasyim, N. M. (2022). Representasi Kecantikan pada Iklan Somethinc x Lifni Sanders 2020. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 3(2), 17-28.
- Munawarah, M. (2022). Konstruksi Pembelajaran Alam dalam Pendidikan Anak Usia Dini Perspektif Peter L. Berger di Ra Mawar Gayo. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 8(2), 42–67
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2023). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Pusung, F., Revia, B., & Nugraheni, Y. (2020). Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui Corporate Advertising SK II “Bare Skin Project”. *Scriptura*, 10(2), 85-96.
- Putra, N. P. A., & Harianto, S. (2022). Konstruksi Sosial Mahasiswa Urban di Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(2), 306–325.
- Qona’ah, S., & Munanjar, A. (2021). Konstruksi Sosial Media Massa pada Iklan Lux Versi “Botanicals All-In-One Magical.”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 107- 114.
- Qoryningtyas, R. V., & Wirawanda, Y. (2023). *Representasi Kecantikan dalam Iklan Wardah " Feel The Beauty"(Analisis Semiotika Roland Barthes)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rambe, F. H. B. (2021). Analisis wacana kritis “pria bertato tewas terikat rantai

- diduga korban pembunuhan” edisi juli 2020 dengan pendekatan norman fairclough. *Skripsi*). Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Robin, P., Fendista, S., & Adiwinata, A. (2020). Manuver dan Momentum Politik Joko Widodo: Analisis Wacana Kritis# JKWVLOG. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 43-58.
- Saguni, Suarni Syam, and Baharman. (2016). Narasi Tentang Mitos Kecantikan Dan Tubuh Perempuan Dalam Sastra Indonesia Mutakhir: Studi Atas Karya-Karya Cerpen Indonesia. *Jurnal Retorika*, 9(2), 142– 48. doi: 10.26858/retorika.v9i2.3804.
- Sahetapy, W. L., & Luhukay, M. S. (2012). Perempuan dan Citranya (Analisis Semiotik Pemaknaan Citra Perempuan dalam Iklan Garnier, Vaseline, Rexona dan Giv).
- Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1).
- Satria, G. D., & Junaedi, F. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Garnier Sakura White dan Wardah White Secret. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93-119.
- Sidik, Sangputri, Awaluddin Hasrin, Siti Fathimah, Hamsah Hamsah, and Sanita Carolina Sasea. (2023). Perjuangan Perempuan Kota Tomohon Pada Kontestasi Politik Lokal. *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 5(2), 76–92.
- Sintawati, F., Rasyid, Y., & Anwar, M. (2023). Wacana Kritis Model Norman Fairclough pada Judul Berita Tragedi Koanjurahan Malang dalam Media Massa Daring. *Jurnal Membaca Bahasa & Sastra Indonesia*, 8(April), 27–34.
- Sutriani Elma, O. R. (2019). *ANALISIS DATA DAN PENGECEKAN KEABSAHAN DATA*
- Wahab, A. (2019). Analisis Wacana Kritis pada Pembertiaan Media Online Kumparan.com dan Arrahmahnews.com tentang Penolakan Pengajian Khalid Basalamah di Sidoarjo, Jawa Timur. In UIN Syarif Hidayatullah.
- Wahyudi, N., Anshori, D. S., & Nurhadi, J. (2021). Pemberitaan Tirto.id tentang Kekerasan di Papua: Analisis Wacana Kritis Teun Van Dijk. In *Jurnal Pesona*

(Vol. 7, Issue 2).

Wahyuni, Sri, Erianjoni Erianjoni, and Mira Hasti Hasmira. (2018). Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Angkatan 2015. *Jurnal Perspektif*, 1(4), 51–57. Doi: 10.24036/perspektif.v1i4.46.

Wardani, D. K. (2025). Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Iklan Skincare Di Media Sosial Instagram. *LESTARI: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 3(02), 22-36.

Jurnal Internasional

Kaziga, R., Muchunguzi, C., Achen, D., & Kools, S. (2021). Beauty is skin deep; the self-perception of adolescents and young women in construction of body image within the ankole society. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 7840.

Liang, S. (2023). The construction of beauty ideals on social media: a frame analysis of chinese influencers on red. *Communications in Humanities Research*, 22(1), 217-222.

Qazzafi, S. (2020). Factor affecting consumer buying behavior: A conceptual study. *International Journal for Scientific Research & Development*, 8(2), 1205-1208. Abid, S., Liaquat, N., & Malik, A. A. (2021). On being and becoming beautiful: The social construction of feminine beauty. *Pakistan Social Sciences Review*, 5(2), 403-413.