

DAFTAR PUSTAKA

- Academia Edu. (2022, July 7). Representasi warna kulit perempuan ideal dalam K Natural White Brightening Body versi Agatha Chelsea. Diakses 19 November 2025, dari https://www.academia.edu/104382572/Representasi_Warna_Kulit_Perempuan_Ideal_dalam_Iklan_K_Natural_White_Brightening_Body_Versi_Agatha_Chelsea
- Amelia, L., Fahmi, K., & Tamrin, S. (2022). Konstruksi makna cantik bagi remaja perempuan pengguna pemutih kulit ilegal. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 9(3). <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38834>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2025). *Profil internet Indonesia 2025*. Diakses dari <https://apji.or.id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses 12 November 2025, dari <https://apji.or.id/berita/d/apji-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Christine, C., Lubis, A. N., & Sembiring, B. K. F. (2025). User-generated content and viral marketing effects on purchase intention: The moderating role of product knowledge among Gen Z. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 4(6), 2813–2830. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v4i6.284>
- Denzim, Norman K, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- FEBRIYANSYAH, M. (2021). Strategi komunikasi persuasif Duta Genre dalam mensosialisasikan pendewasaan usia perkawinan pada remaja di Sumatera Selatan (Studi di BKKBN Prov. Sumatera Selatan) [Repository]. Diakses 19 November 2025, dari https://repository.unsri.ac.id/79460/47/RAMA_70201_07031181722006.pdf
- Fitrasari, A., & Listyani, R. H. (2024). Kontruksi kecantikan warna kulit perempuan Indonesia (studi kasus di Surabaya). *Paradigma*, 13(3), 61–70. Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/63300>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November 12). ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company.

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. London: Hutchinson.

Herbi Salsabila Nurainoctavianis Ifada, A. P. W., & Ahmad Yahya Afifi. (2023). Representasi warna kulit perempuan ideal dalam iklan K Natural White Brightening Body versi Agatha Chelsea. *Jurnal Audiens*, 3(4), 228–238. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i4.14523>

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2008). Cantik. Diakses dari <https://kbbi.web.id/cantik>

Lidwina, P. R., & Lase, F. J. (2024). Pemahaman konsumen mengenai brand identity produk kecantikan Scarlett Whitening dengan tagline “Reveal your beauty”. *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1834–1849. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i5.1028>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book245071>

Nanda Delya, A., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). Analisis resepsi khalayak terhadap makna muallaf pada iklan online Bukalapak “A Stranger – A ddan Story”. *Jurnal CommLine*, 7(1), 43–56. <https://doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>

Pew Research Center. (2019). Defining generations: Where millennials end and Generation Z begins. Diakses dari <https://www.pewresearch.org>

Prameswaria, N., Pariha, Q. A., Abdul, D. A. L., Putra, P., Faizal, A. R., & Zaimasuri. (2025). Dinamika standar kecantikan Indonesia terhadap pengaruh hegemoni budaya Korea pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 2(4), 994–1000. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2563>

Pramusita, S. M. (2021). Korean wave’s influences on Indonesian beauty standard depicted in skincare advertisements: Critical discourse analysis. *LingTera*, 8(1), 20–29. <https://doi.org/10.21831/lt.v8i1.39548>

Pujiyanto. (2013). *Iklan layanan masyarakat*. Yogyakarta: Andi.

Rahmah, N. A., & Hariyanto, H. (2022). Representasi kecantikan wanita pada iklan televisi Wardah Crystal Secret. *Media and Empowerment Communication Journal*, 1(2). Diakses dari <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/mecomm/article/view/3541>

- Repository Unsri. (2021, September 7). Strategi komunikasi persuasif Duta Genre dalam mensosialisasikan pendewasaan usia perkawinan pada remaja di Sumatera Selatan (Studi di BKKBN Prov. Sumatera Selatan). Diakses 19 November 2025, dari https://repository.unsri.ac.id/79460/47/70201_07031181722006.pdf
- Satria, G., & Junaedi, F. (2022, March 1). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan Garnier Sakura White dan Wardah White Secret. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Diakses 19 November 2025, dari <https://journals.ums.ac.id/komuniti/article/view/17753>
- Seoane, L. F. (2019, April 22). Evolutionary aspects of reservoir computing. Diakses 3 November 2025, dari <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rstb.2018.0377>
- Stuart Hall. (1975). Encoding and decoding in the television discourse. Diakses 19 November 2025, dari <https://docslib.org/doc/7568856/encoding-and-decoding-in-the-television-discourse>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cetakan ke-26). Bandung: Alfabeta.
- Synnott, A. (1993). *The body social: Symbolism, self and society*. Routledge.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. Chatto & Windus/William Morrow & Co.
- Xie, L. (2022). Understanding audience decoding positions: Dominant, negotiated, and oppositional readings in media consumption. *Journal of Media & Culture Studies*, 14(2), 105–118. <https://www.scribd.com/document/650673188/704-Article-Text-3025-1-10-20221229>
- Yulianto, V. I. (2007). Pesona "barat": Analisis kritis-historis tentang kesadaran warna kulit di Indonesia. *Jalasutra*.
- Yuliasari, I. (2008). Relasi institusi sosial, media, budaya, dan bahasa dalam pemikiran Stuart Hall. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.47007/jkomu.v5i1.56>
- Zeki, S. (2019). Notes towards a (neurobiological) definition of beauty. *Gestalt Theory*, 41(2), 135–146. Diakses dari <https://doi.org/10.2478/gth-2019-0012>