

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Ahdiat, A. (2023, August 1). *Ini Merek Sampo dengan Konsumen Terbanyak di Indonesia*. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/14/ini-merek-sampo-dengan-konsumen-terbanyak-di-indonesia>
- Aisyah, S., Sovianti, R., Sitanggang, A., & Hendra, H. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jail.v3i2.2540>
- Alvita, A. C., & Sudrajat, R. H. (2020). Representasi Kecantikan Kontemporer pada Perempuan dalam Iklan (Analisis Semiotika John Fiske dalam Iklan Nivea #Extracare for Extra Women). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7632.
- Ardianda, A., Sudrajat, R., & Nasionalita, K. (2016). Representasi Kecantikan dalam Video Klip Bercahaya (Analisis Semiotika John Fiske dalam Iklan Kosmetik PONDOS). *E-Proceeding of Management*, 3, 2549.
- Barker, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. Kanisius.
- Chrishmonica. (2023, September 1). *Profil Kiky Saputri, Standup Comedian yang Sering Roasting Pejabat!* Orami. <https://www.orami.co.id/magazine/profil->

kiky-saputri

Darma, S., Sahri, G., & Hasyim, M. (2022). *Pengantar Teori Semiotika*. Media Sains Indonesia.

Databahn. (2023, September 1). *Struktur Organisasi Procter & Gamble Tahun 2023*. Databahn. <https://www.databahn.com/pages/procter-gamble-organizational-structure>

Dewandra, F. R., & Islam, M. A. (2022). Analisis Teknik Pengambilan Gambar One Shot pada Film 1917 Karya Sam Mendes. *Jurnal Barik*, 3(2), 242–255.

Dianasari, K. A. A., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2021). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Pond's "Perfecting Cream Ft Maudy Ayunda." *E-Jurnal Medium*, 1(2), 146–147.

Fauziah, N., & Puspita, R. (2022). Komodifikasi Hijab pada Iklan Clear Hijab Pure Edisi Silvia Azizah. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 67–82. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v6i1.8186>

Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Lakeisha.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.

Herdiana, S. (2023, October 28). *Salah Satu Mahkota Perempuan: Rambut Dengan Daya Tarik Tersendiri*. CtZone Dehasen. <https://ctzonedehasenbkl.com/salah-satu-mahkota-perempuan-rambut-dengan-daya-tarik-tersendiri/>

Katadata.co.id. (2023, August 1). *Data Kurius Top Survey Brand Shampo dan*

Sabun.

- Lehman, C. (2023, November 23). *Jazz Band Instruments / List & Types*. Study.Com. <https://study.com/academy/lesson/what-instruments-are-in-a-jazz-band.html>
- Lestari, F. A. (2022). *Analisis Teknik Pergerakan Kamera Dalam Video Musik Bbibbi Iu*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Lestari, T. P. (2023). Analisis Isi Komentar Netizan pada Iklan Shampoo Rejoice x Kiky Saputri #RambutNoDrama. *The Commercium*, 6(3), 42–52.
- Logopedia.wikia.com. (2023, August 28). *Procter_and_Gamble_Logo*.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Mitha. (2022, July 23). *Ditawari Jadi Model Iklan Sampo, Kiky Saputri: Ternyata Gak Harus Cantik*. Cekricek. <https://cekricek.id/ditawari-jadi-model-iklan-sampo-kiky-saputri-gak-harus-cantik/ameri>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika dalam Metode Pendekatan Komunikasi. *Jurnal Pekommas*, 16(1).
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160108>
- Naufal, S. H., & Yusanto, F. (2019). Representasi Kasih Sayang dalam Iklan Tokopedia (Analisis Semiotika John Fiske Iklan Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik). *E-Proceeding of Management*, 6(3).
- Novellia, S. H. (2021). Representasi Cantik Melalui Perubahan Bentuk Wajah pada Artis Perempuan di Media Televisi. *Persepsi: Communication Journal*, 4(1), 102–111. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi%i.6636>

- Nurapzafidah. (2020). *Analisis Semiotika Aktivitas Wanita Berhijab Pada Iklan Shampo Rejoice Hijab 3in1 Versi Fatin Shidqia Lubis di Televisi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nuraryo, I. (2019). Kultur Pop dan Diskursus Ideologi Kecantikan pada Iklan di Televisi. *ProTVF*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.21488>
- Nurchahyo, D. E. (2019). Tata Cahaya Low Key Dalam Film Animasi Stop-Motion Corpse Bride Karya Tim Burton. *Texture: Art and Culture Journal*, 2(1), 40–48. <https://doi.org/10.33153/texture.v2i1.2629>
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Intrans Publishing.
- Pratami, V. T., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2023). Tingkat Kepercayaan Diri pada Wanita Dewasa Awal dengan Adanya Tren Beauty Privilege. *Jurnal Keperawatan*, 15(3), 1101–1108.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Purnamasari, A. T. (2017). “Tidak Menang Tampang Doang”: Kombinasi Outer dan Inner Beauty di Kalangan Mahasiswi. *Etnosia: Jurnal Etmografi Indonesia*, 2(1), 1–18.
- Rahmadani, R. P. (2020). Analisis Teknik One Shot Dalam Video Musik “Save Me” Bangtan Sonyeondan (Bts). In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Rayhaniah, S. A. (2022). Semiotika Komunikasi. *Universitas Islam Negeri Sultan*

- Aji Muhammad Idris. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ykqt2>
- Rejoice.id. (2021). *Tampilan shampo Rejoice Rich Soft & Smooth*. Aplikasi Instagram. <https://www.instagram.com/p/CQu-rVzr-ys/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Rejoice.id. (2023). *Tampilan Beranda Instagram Iklan Rejoice Sebelumnya*. Aplikasi Instagram. <https://instagram.com/rejoice.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Rejoice Indonesia. (2022, July 29). Rejoice Rich 3in1 x Kiky Saputri #RambutNoDrama. In *Youtube*. www.youtube.com.
- Rina. (2013). Kecantikan dalam Iklan : Gambaran Kecantikan dalam Iklan. *Ilmu Komunikasi, 1*(4), 63–80.
- Rizki, N. A., & Sudrajat, R. H. (2020). Pemaknaan Perempuan dalam Iklan Laurier Healthy Skin (Analisis Semiotika John Fiske). *E-Proceeding of Management, 7*, 7215.
- Rizkiyah, I., & Apsari, N. C. (2019). Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi. *Jurnal Perempuan, Agama, Dan Jender, 18*(2), 133–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.24014/Marwah.v18i2.7371>
- Rosfiantika, E., Mahameruaji, Jimi, N., & Permana, R. S. M. (2018). Representasi Yogyakarta Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2. *ProTVF, 1*(1), 47–60. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v1i1.13333>
- Rukmawati, D. R., & Dzulkarnain, I. (2015). Konstruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karier (di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan). *Journal of Sociology, 8*(1), 1–16.

- Sari, R. (2017). Konstruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat. *JOM FISIP*, 4(July), 1–23.
- 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.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.17753>
- Sebayang, C. M. (2017). Analisis Semiotika Representasi Kecantikan pada Iklan Pantene Total Damage Care 10 versi Raline Shah di Media Televisi. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 66–80.
- Senaharjanta, I. L., Surahman, S., & Fendisa, S. (2022). Representasi Pergolakan Batin Perempuan dalam Film Little Women (Analisis Wacana Kritis Sara Mills). *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 5(1), 55–70.
<https://doi.org/10.24821/sense.v5i1.7002>
- Situmorang, T. F. F., Wahyuni, S., & Elsera, M. (2019). Pengeseran Makna Kecantikan dalam Budaya Melayu. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 3(1), 17–30.
<https://doi.org/10.31629/jmm.v3i1.1698>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (II). Alfabeta.
- Suherdiana, D. (2015). Konsep Dasar Semiotika dalam Komunikasi Massa menurut Charles Sanders Peirce. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(12), 371.
<https://doi.org/10.15575/jid.v4i12.399>
- Surahman, S. (2014). Representasi Perempuan Metropolitan dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita. *Lontar Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v3i1.352>

Surahman, S. (2015). Representasi Feminisme dalam Film Indonesia. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 1(2), 119.

<https://doi.org/10.25124/liski.v1i2.818>

Susanto, E. H. (2014). Dinamika Pesan Iklan. *Journal Komunikasi: Universitas Tarumanegara*, 6, 1–96.

Syata, N. (2012). *Makna Kecantikan di Kalangan Mahasiswa dalam Perpektif Fenomenologi*. Universitas Hasanuddin.

Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.

Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (III)*. Mitra Wacana Media.

Wiasti, N. M. (2012). Redefinisi Kecantikan dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Perempuan Bali, Di Kota Denpasar. *Jurnal Piramida*, 6(2), 1–22.

Wibowo, A. A. (2019). Konsep Tanda Hipersemiotika pada Iklan Kecap Bango Seri Eat Locally. *Citra Dirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 1, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.33479/cd.v1i01.157>

Widyaningsih, W., & Hermawati, T. (2020). Representasi Feminisme Liberal dalam Iklan Youtube (Analisis Semiotika Representasi Feminisme Liberal dalam Iklan Nivea versi #ExtraCare for Extra Women di Youtube). *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 1–20.

Wirakusumah, T. K. (2021). Konstruksi Makna Proses kreatif pada Kreator di Biro Iklan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 135.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.33020>

- Wirasari, I. (2016). Kajian Kecantikan Kaum Perempuan dalam Iklan. *Demandia*, 1(2). <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.278>
- Yandes, J. (2022). Perbandingan Brand Equity Antara Produk Lama dengan Produk Pendetang Baru. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 35–43. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.20>
- Yusanto, F., & Putri, A. G. (2018). Makna Cantik dalam Iklan. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25124/liski.v4i1.1192>