

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, O. (2015). Representasi Kecantikan Perempuan Pada Iklan Dove Versi "Real Beauty Sketches" Di Youtube.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- Dessiliona, T., Nur, T., & Indira, D. (2019). Representasi Kecantikan Perempuan Berbahasa Jerman Berdasarkan Iklan Nivea Berbahasa Jerman. *Metahumaniora*, 244-257.
- Dina, N. B. (2015). Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab.
- Hapsari, A. B. (2019). Representasi Kecantikan Perempuan Di Era Millennials Melalui Beauty Influencer Pada Media Sosial Instagram.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Bartes*. IndonesiaTera.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajahi tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKis.
- Muslih. (2016). *Filsafat Ilmu: Kajian atas Asumsi Dasar Paradigma dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: LESFI.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sobur, D. A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, P. D., & Lestari, P. (2021). *Metodelogi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.