

DAFTAR PUSTAKA

- Aligwe, H. N., Nwafor, K. A., & Alegu, J. C. (2018). Stuart Hall ' s Encoding-Decoding Model : A Critique Federal College of Agriculture , Ishiagu , Ebonyi State , Nigeria. *World Applied Scineces Journal*, 36(9), 1019–1023. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2018.1019.1023>
- Anandani, H. P., Amalah, N., Tussadiah, N. R., & Yuliana, N. (2025). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Fenomena Hallyu : Tantangan dalam Akulturasi pada Kalangan Remaja di Indonesia*. 27(2), 24. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/jdsb.v27i2.11293>
- Auli, M., & Jamiyah, R. (2017). Dominasi Perempuan Dalam Iklan Televisi : Stereotip Gender Dalam Iklan Televisi Pada Sctv. *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 1(2), 137–147.
- Avoskin Beauty. (2026). *Providing Quality and Innovative Products with Strong Sustainability Value*. <https://www.avoskinbeauty.com/about-us>
- Bella, N. S., Valentina Meida Ardita Maharani, & Ali Nurdin. (2024). Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia pada Iklan Media Sosial. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 68–88. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v5i1.1657>
- Blackburn, S. (2004). *No Title*. cambridge University press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (V. Knight (Ed.); 2014th ed.). SAGE Publications.
- Danishara, A. F., Dharmawan, L., & Ulya, E. D. (2025). Pemaknaan Mahasiswa Terhadap E-Poster Film ‘ Home Sweet Loan ’ Dalam Konteks Generasi Sandwich. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 180.

Denzin, Norman K & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook Of Qualitative Reseach* (3rd ed.). SAGE Publications.

Digital 2025: The essential guide to the global state of digital - We Are Social Indonesia. (2025). We Are Social.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>

Gill, R. (2007). *00STFEMINIST MEDIA CULTURE*.

Goldman, R., Heath, D., & Smith, S. L. (1991). *Commodity feminism. Critical Studies in Mass Communication*.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Wilis, P. (2011). , *Budaya, Bahasa Teks Utama Penganang Culture Studies 1972-1979* (7th ed.). jalsutra.

Hall, S. (1980a). Reception Theory Encoding and Decoding (Stuart Hall). *NBER Working Papers, September*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>

Hall, S. at all. (1980b). *No Title* (M. Bagus (Ed.); 1st ed.).

Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, & Lika Mulki Latief. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>

Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2022). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger, December*.

Hebdige, D. (2002). Style as Bricolage. In *SUBCULTURE: The Meaning of Style*.

Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afghani, M. W. (2014). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.

- Islam, U., Sunan, N., & Surabaya, A. (2025). *KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL PADA CITRA PEREMPUAN DALAM AKUN YOUTUBE OPI E-SPORTS Mohammad Hidayat Pendahuluan Kemunculan situs website YouTube di tengah kemajuan teknologi komunikasi menimbulkan ketertarikan tersendiri bagi penggunaannya , YouTube mampu men.* 3(1).
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 110–119. <https://doi.org/10.24076/pikma.2020v2i2.400>
- Iye, R., Susiati, S., & Karim, K. (2020). Citra Perempuan dalam Iklan Sabun Shinzui. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 6(1), 1–7. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v6i1.529>
- Kurnia, A., Nasution, P., Tengah, A., & Tengah, K. A. (2020). *Integrasi_Media_Sosial_Dalam_Pembelajaran (2020)*. 13(277).
- Lase, F. J. (2020). Penggambaran Perempuan di Majalah Populer 1988-2018. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(1), 41–56. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i1.1725>
- Mahayani, N. M. H. (2024). GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 10(3), 67–68.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Muslimin Abdullah, I., Widiastara, H., & Fajirul Ulum, M. S. (2021). Representasi Kulit Putih Perempuan dalam Iklan MS Glow. *Jurnal Audiens*, 3(2), 63–71. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11959>
- Nabila, V. (2024). Simak Perjalanan 10 Tahun Anugerah Pakerti Bersama Avoskin dalam Menggalakkan Sustainable BeautyNo Title. *Beauty Journal*.

<https://www.beautyjournal.id/article/perjalanan-10-tahun-anugrah-pakerti-bersama-avoskin>

Palamban, V. P. (2026). Cendikia pendidikan. *Cendekia Pendidikan*, 7(10).

Patma, O. F., & Prihatin, S. D. (2025). Analisis Resepsi Stuart Hall Tentang Poster Silang Pinjam Antar Perpustakaan Sepatu Jolifa. *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan Dan Kearsipan*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/10.24821/jap.v5i1.14287>

Prihatiningsih, T., & Mudrikah, I. M. (2020). Representasi Perempuan Dalam Iklan. *J-Ika*, 7(2), 115–122. <https://doi.org/10.31294/kom.v7i2.8776>

Puspitasari, D., & Suryadi, Y. (2021). *Color Identity in the Beauty of Indonesian Women Who Construct Beauty Product Labels in the Cultural Industry Era*. 4(5), 257. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/jdsb.v27i2.11293>

Quamila, N. (2024, June). Ajak Cintai Diri Sendiri dan Lingkungan, Avoskin Luncurkan Kampanye #GlowingMilikSemua dan #MulaiDariMejaRias. *Beutynesia*. <https://www.beutynesia.id/beauty/ajak-cintai-diri-sendiri-dan-lingkungan-avoskin-luncurkan-kampanye-glowingmiliksemua-dan-mulaidarimejarias/b-290525>

Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02), 112–122. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>

Santoso, G., Marsella, A. T., Permana, D. A., Syabilla, K. S., & Apriliani, N. A. D. (2023). Implementasi Bhinneka Tunggal Ika dan Cita-Cita Luhur Bangsa Indonesia Versi Generasi Z. *Jupetra: Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(2), 246–255.

- 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), 110–116. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.17753>
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Staiger, J. (2005). *Media Reception Studies* (Vol. 6, Issue 0).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- William, H., Martinah, M., & Riniwati, R. (2024). Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni Di Tengah Keberagaman. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology*, 2(2), 121–132. <https://doi.org/10.46445/nccet.v2i2.960>