



## DAFTAR RUJUKAN

### Buku :

- Barthes, R. 2012. *Elemen-elemen Semiologi*, terj. M. Ardiansyah. Yogyakarta: Basabasi.
- Brennen, B.S. 2021. *Qualitative Research Methods for Media Studies* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003122388>
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Chō, K. 2012. *The Search for The Beautiful Woman: A Cultural History of Japanese and Chinese Beauty*, terj. Kyoko Selden. Toronto: Rowman & Littlefield.
- Cooper, A. D. 2019. *Patriarchy and the Politics of Beauty*. Toronto: Rowman & Littlefield.
- Coward, R., & Ellis, J. 1977. *Language and Materialism: Developments in Semiology and the Theory of the Subject* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315536798>
- Dalton, E. 2021. *Sexual harassment in Japanese politics*. London: Palgrave Macmillan.
- Danesi, M. 2015. *Language, Society, and New Media: Sociolinguistics Today* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315775654>
- Gottlieb, N. 2005. *Language and Society in Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Hoed, B. H. 2011. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya* (ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce, Marcel Danesi, & Paul Perron, dll) (2nd ed.). Jakarta: Komunitas Bambu.
- Ida, R. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jefkins, F. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Kasulis, T. P.,dkk.. 1992. *Self as Body in Asian Theory and Practice*. New York: State University of New York Press.
- Konstantinovskaia, N. 2020. *The Language of Feminine Beauty in Russian and Japanese Societies*. Switzerland: Springer Nature.
- Kurniali, P., dan Abikusno, N. 2007. *Memilih dan Menentukan Makanan Terbaik untuk Hidup Lebih Sehat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- McVeigh, B. J. 2000. *Wearing Ideology: State, Schooling and Self-Presentation in Japan*. New York: Berg Publishers.
- Melliana, A. 2006. *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkiS
- Miller, L. 2006. *Beauty up: Exploring contemporary Japanese Body Aesthetics*. California: Univ of California Press.
- Moleong, L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cetakan XXIX. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya



- Richie, D. 2003. *The Image Factory: Fads and Fashions in Japan*. London: Reaktion Books.
- Sherrow, V. 2001. *For Appearance'sake: The Historical Encyclopedia of Good Looks, Beauty, and Grooming*. California: Greenwood Publishing Group.
- Slade, T. 2009. *Japanese Fashion: A Cultural History*. New York: Berg.
- Sobur, A. 2009. *Analisis Teks Media “Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Straton, R. 2006. *Patriarchy in Meiji Japan*. Manoa: University of Hawai'i
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta..
- Synnott, A. 1993. *The Body Social* (1st ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203201541>
- Tilaar, M. 1999. *Kecantikan Perempuan Timur*. Yogyakarta: IndonesiaTera.
- Turner, B. S. 2008. *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. New York: Sage.
- Udasmoro, W. 2018. *Dari Doing ke Undoing Gender: Teori dan Praktik dalam Kajian Feminisme*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wolf, Naomi. 2002. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terj. A. Swastika. Yogyakarta: Niagara
- Wollstonecraft, M. 2014. *A Vindication of the Rights of Woman*. Yale University Press.

**Jurnal :**



- Aiello, G. 2006. "Theoretical advances in critical visual analysis: Perception, ideology, mythologies, and social semiotics". *Journal of visual literacy*, 26(2), 89-102.
- Aisyiyah, R. N. 2013. "Kecantikan dalam Iklan: Gambaran Kecantikan dalam Iklan Sabun Dove di Televisi". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1(4). Hlm. 63-80.
- Angelaka, E. 2013."Disciplining the Japanese Body: Gender, Power and Skin Color in Japan."Sweden: Lund University
- Arista, D., & Astuti, S. R. T. 2011. "Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Ilmiah Aset*. Vol. 13(1). Hlm. 37-45.
- Ashikari, M. 2003. "Urban Middle-Class Japanese Women and Their White Faces: Gender, Ideology, and Representation." *Ethos*. Vol. 31(1). Hlm. 3-37.
- , 2005. "Cultivating Japanese Whiteness: The 'Whitening'Cosmetics Boom and The Japanese Identity." *Journal of Material Culture*. Vol. 10(1). Hlm. 73-91.
- Asih, L. D., dan Widayastiti, M. 2016. "Meminimumkan Jumlah Kalori di Dalam Tubuh Dengan Memperhitungkan Asupan Makanan dan Aktivitas Menggunakan Linear Programming." *Ekologia*. Vol. 16(1). Hlm. 38-44.
- Barnes, B., & Yamamoto, M. 2008. "Exploring international cosmetics advertising in Japan". *Journal of Marketing Management*, 24(3-4), 299–316.  
doi:10.1362/026725708x306112
- Bartky, S. L. 1998. "Skin Deep: Femininity as a Disciplinary Regime" dalam *Daring to Be Good: Essays in Feminist Ethico-Politics*. Routledge.



- Behera, S., & Ray, R. 2016. “Nutritional and Potential Health Benefits of Konjac Glucomannan, a Promising Polysaccharide of Elephant Foot Yam, *Amorphophallus Konjac*” dalam K.Koch (peny.), *A Review: Food Reviews International*, Vol. 33(1). Hlm. 22-43.
- BeMiller, J. N. 2019. “Inulin and Konjac Glucomannan.” *Carbohydrate Chemistry for Food Scientists*. Hlm. 253-259.
- Dalby, L. C. 2001. “Kimono: Fashioning Culture.” New Haven: Yale Univ. Press
- Goldberg, M. H., et.al. 2019. “The Experience of Consensus: Video as an Effective Medium to Communicate Scientific Agreement on Climate Change”. *Science Communication*, 41(5), 659-673.
- Handoyo, P. 2016. “Representasi Perempuan dalam Media” dalam *Prosiding Seminar Nasional Gender Dan Budaya Madura III “Madura Dalam Perspektif Budaya, Gender, Politik, Industrialisasi, Kesehatan Dan Pendidikan”* Hal (pp. 137-142).
- Holsti, O. R. 1968. “Content Analysis” dalam *The Handbook of Social Psychology*. Vol. 2. Hlm. 596-692.
- Ibrahim, I. S., dan Suranto, H. 1998. “Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru.” Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Indriani.,dkk.. 2019. “Analisis Interaksi Simbolik pada Konten Ofensif Iklan Grab #pilihaman.” *Symbolic Interaction Analysis of The Advertisement Official*. Vol. 3(1). Hlm. 81–100
- Inoue, N., Jun, E., Mizue, M., & Satoshi, I. 2003. “Misogi and Harae. ” dalam *Shinto*. Routledge. (pp. 74-78).



- Junko, B. 1997. "Sekai no Esute o Tanoshimu. Let's enjoy the world's body aesthetics." *Chérie*. Vol. 1. Hlm. 16-19.
- Kaku, S. 2013. "Contemporary Patriarchy and the Housewife in Japan. Dalam Patriarchy in East Asia". Leiden: Brill. Hlm. 99-134.
- Karolus, M. L., dan Afiani, I. 2016. "Yes, We Can! Women as the ICT Control Taker and User." *Jurnal Perempuan*. Vol. 21(4). Hlm. 385-394.
- Kinsella, S. 1995. "Cuties in Japan" dalam L. Skov, B. Moeran (peny.). *Women, Media and Consumption in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Koma, K. 2020. "Japanese Women in Popular Media". *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, 1-6.
- Konstantinovskaia, N. 2020. "Creation of Femininity In Japanese Televised'Beauty Ads': Traditional Values, Kawaii Cuteness and A Dash of Feminism." *Gender & Language*, 14(3).
- Krippendorff, K. 1989. "Content Analysis." Philadelphia: University of Pennsylvania
- Lestari, E. M. I. 2020. "A Critical Discourse Analysis of The Advertisement of Japanese Beauty Products." *IZUMI*, 9(1), 58-74.
- Lukitaningsih, A. 2013. "Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 13(2). Hlm. 116-129.
- Lukyanseva, P. 2023. "Feminism in Modern Japan: A Historical Review of Japanese Women's Issues on Gender". *Journal of International Women's Studies*, 25(2), 8.



- Malik, E.S. 2017. "Menjadikan Cantik dalam Novel Memoirs of a Geisha Karya Arthur Golden." Udasmoro, W. (peny.), *Dari Doing ke Undoing Gender: Teori dan Praktik dalam Kajian Feminisme*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm. 18-25
- Mauliza, M. 2018. "Obesitas Dan Pengaruhnya Terhadap Kardiovaskular." *Averrous: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Malikussaleh*, Vol. 4(2). Hlm. 89-98.
- Moeran, B. 2005. "Japanese Fragrance Descriptives and Gender Constructions: Preliminary Steps Towards an Anthropology of Olfaction." *Etnofoor*. Hlm. 97-123.
- Murwani, E. 2010. "Konstruksi 'Bentuk Tubuh Perempuan'Dalam Iklan Televisi." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2(1). Hlm. 10-19.
- Nawiroh, S., dan Dita, R. 2020. "Konstruksi Kecantikan Perempuan pada Feature 'How To Do' di Kanal Beauty Fimela.com." *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 17(1). Hlm 38-49.
- Pegg, A. 2012. "The Application of Natural Hydrocolloids to Foods and Beverages Natural Food Additives, Ingredients and Flavourings." Hlm. 175-196
- Prabasmoro, A. P. 2003. "Becoming White: Representasi Ras. Kelas, Feminitas dan Globalitas dalam Iklan Sabun." Yogyakarta: Jalasutra
- Prabasmoro, A. P. 2007. "Seks dan Seksualitas Perempuan dalam Kebudayaan Kontemporer dalam Kajian Budaya Feminis." *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*, Hlm. 298-319.



- Prieler, M. 2008. "Specialities of Japanese Television Advertising". *MINIKOMI: Austrian Journal of Japanese Studies*, (76), 32–37.  
[https://journals.univie.ac.at/index.php/aaj/article/view/076\\_032-037\\_ART\\_PRIELER2008](https://journals.univie.ac.at/index.php/aaj/article/view/076_032-037_ART_PRIELER2008)
- Rix, A. 1992. "Advertising and popular culture in Japan". *Japanese Studies*, 12(2), 44-51.
- Rohmah, C., & Huda, M. H. Z. 2020. "Representasi Supremasi Kulit Putih Bagi Perempuan Dalam Produk Iklan Sebagai Standar Kecantikan." *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*. Vol. 4(1), Hlm. 55-80.
- Saito, S. 2017. "Media Exposure and Thin-Ideal Internalization In The Drive for Thinness In Japanese Women." *Communication Research Reports*. Vol. 34(2). Hlm. 89-97.
- Santi, S. 2004. "Perempuan Dalam Iklan: Otonomi Atas Tubuh Atau Komoditi." *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol. 1(1).
- Sari, I. P. 2019. "Rekonstruksi dan Manipulasi Simbol Kecantikan." *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utama Gender dan Anak*. Vol. 1(1).
- Synnott, A. 2006. "The Beauty Mystique." *Facial Plastic Surgery*. Vol. 22(03). Hlm. 163-174.
- Tagai, K. 2021. "The Science of Cosmetic Psychology and Behavior: Research on Cosmetics That Resonate with the Mind and the Skin." *Japanese Cosmetic Science Society*. 45 (2 ), 116 - 127.



Taylor, C. R., & Okazaki, S. 2015. "Do global brands use similar executional styles across cultures? A comparison of US and Japanese television advertising". *Journal of Advertising*, 44(3), 276-288.

Wagatsuma, H. 1967. "The Social Perception of Skin Color In Japan." *Daedalus*. Hlm. 407-443.

Yudoko, K. 2015. "Rekayasa Visual Iklan Kosmetik." *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 12(2)

**Disertasi :**

Amin, O. L. G. 2015. "Representasi Kecantikan Perempuan pada Iklan Dove Versi 'Real Beauty Sketches' di Situs Youtube". Disertasi Doktor. Surabaya: Universitas Airlangga

Firdaus, M. 2018. "Makna Kecantikan dalam Iklan: Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Citra Sakura Fair UV versi Febby Rastanty." Desretasi. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Magnúsdóttir, L. 2015. "Alluring Faces: Beauty Standards in Japanese Society through the Ages". Doctoral Dissertation. Reykjavik: University of Iceland

Putranto, A. P. 2017. "Konstruksi Cantik Mahasiswa pada Media Sosial Melalui Akun Instagram @unnes\_cantik." Disertasi Doktor. Semarang: Universitas Negeri Semarang

**Skripsi :**

Andreas, R. 2019. "Konstruksi Kecantikan dalam Akun Instagram@ ugmcantik." Skripsi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.



Noviyanti,B. 2021. “Konstruksi Kecantikan Kontemporer Jepang dalam Beauty Vlog.” Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.

**Sumber Internet :**

Endo,Y. 2021. “Depicting Women for Japan” dalam Creative Insights.

<https://creativeinsights.gettyimages.com/en/trends/realness/depicting-women-for-japan>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2023 pukul 13.02 WIB

Japan Cosmetic Industry Association. 2022. “Cosmetics Consumption” dalam <https://www.jcia.org/en/statistics/consumption>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2023 pukul 8.57 WIB

Koshi, L. 2022. “Japan's Beauty & Cosmetics Market - 2022” dalam <https://www.digitalcrew.agency/japans-beauty-cosmetics-market-2022/>. Diakses pada tanggal 10 September 2022 pukul 14.22 WIB

Plastic surgery statistics. 2022. “Global Plastic Surgery Statistics 2022” dalam <https://www.isaps.org/medical-professionals/isaps-global-statistics/>. Diakses pada tanggal 23 September 2022 pukul 22.23 WIB

Statista. 2023. “Japan: advertising expenditure annual growth 2021” dalam <https://www.statista.com/statistics/918307/japan-annual-growth-advertising-expenditure/>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2023 pukul 17.10WIB

Watanabe, Y. 2021. “Signs of New Normal and Present State of TV Viewing” .

*NHK Broadcasting Culture Research Institute Public Opinion Research Division* dalam



[https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/yoron/20210801\\_8.html](https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/yoron/20210801_8.html).

Diakses pada tanggal 28 September 2021 pukul 09.04 WIB

Widyawinata, R. 2021. “Penuaan Kulit (skin aging): Obat, Gejala, dll” dalam <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/kulit-lainnya/penuaan-kulit/>. Diakses pada tanggal 6 September 2021 pukul 15.47 WIB

World Economic Forum. 2021. “Global Gender Gap Report 2021” dalam [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf). Diakses pada tanggal 18 Juni 2023 pukul 22.31 WIB

**Sumber Video :**

ADS. 2020, 12 Agustus. *Ads 3 4 Tarami Jelly Japanese*. [Video]. *YouTube*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=HOX96DA0oWw>. Diakses pada tanggal 7 Agustus 2022 pukul 10.56 WIB

Japanese TV Cam. 2020, 20 Juli. *Japanese Beauty Commercials-April 2020* [Video]. *YouTube*. [https://www.youtube.com/watch?v=V-Xrj6\\_mw30](https://www.youtube.com/watch?v=V-Xrj6_mw30). Diakses pada tanggal 27 September 2021 pukul 23.18 WIB

----- 2020, 4 April. *Japanese Beauty Commercials-April 2020* [Video]. *YouTube*. [https://www.youtube.com/watch?v=4ODC\\_eW-W2g](https://www.youtube.com/watch?v=4ODC_eW-W2g). Diakses pada tanggal 26 September 2021 pukul 01.13 WIB

----- 2020, 6 Mei. *Japanese Beauty Commercials-April & May 2020* [Video]. *YouTube*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=UxBhBqkBnFA&t=21s>. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2022 pukul 18.48 WIB



JCMC JHI. 2021, 03 Januari. Best Beauty Of Japanese Commercials In 2022

[Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=06l5nS2T3lw&list=PLl8yDt0s9Q9wfMa8OE-vAYuSRo3rpsozx&index=18>. Diakses pada tanggal 8 Agustus

2022 pukul 20.31 WIB

Nèiyī zhì). 2021, 15 November. *Peach John Nice Body Bra* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=LK1dXH3LLcs>. Diakses pada tanggal

9 Agustus 2022 pukul 16.02 WIB