

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, W. L. (1983). *Hegemony and revolution: A study of Antonio Gramsci's political and cultural theory*. Univ of California Press.
- Afifah, N., & Anjar, Y. A. (2023). Kecantikan sebagai \_ideal self\_perempuan (studi kasus di Klinik Azqiara, Kecamatan Baiturahman, Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(2).
- Agustin, D., Iqomh, M. K. B., & Prasetya, H. A. (2019). Gambaran Harga Diri, Citra Tubuh, Dan Ideal Diri Remaja Putri Berjerawat. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 6(1), 8-12.
- Akbarini, Y. F. (2017). Pengaruh Kelompok Referensi. Diferensiasi Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1-8.
- Al Usrah, C. R., Habib, M. A. F., & Fakhurrazi, F. (2021). Para Pemuja Ramuan Ajaib (Kontsruksi Kecantikan Anti Aging dalam Iklan Sk Ii RNA Power Airy Tang Wei's Secret To Look Younger-Looking Skin). *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 7(1), 19-30.
- Alawi, M. F. (2020). Artikulasi Hasrat Berpasangan Dengan Laki-Laki Kulit Putih Di Kalangan Perempuan Indonesia Pembacaan Poskolonial pada Weblog Desisachiko. com. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 61-74.
- Allraysa, R. P., Nursanti, S., & Tayo, Y. (2022). Kontruksi Makna Selebgram Perempuan Yang Mengalami Body Shaming. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 397-404.
- Alviah, I. K., & Juariyah, J. (2023). Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(1), 12-12.
- 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). *eProceedings of Management*, 7(3).



- Amzat, J., Razum, O., Amzat, J., & Razum, O. (2014). Medicalisation and Client-Practitioner Relations. *Medical sociology in Africa*, 185-205.
- Andini, C., Sosrohadi, S., Fairuz, F., Dalyan, M., Rahman, F. F., & Hasnia, H. (2022). The study of Japanese women in the facial treatment advertisement: a semiotics perspective of Pierce's Theory.
- Andreas, R. (2019). Konstruksi Kecantikan dalam Akun Instagram@ ugmcantik.
- Anwar. (2004). Pendidikan Kecakapan Hidup. Bandung: Alfabeta
- Ardiansyah, M. F., Aquinia, A., Program, S., S1, M., Ekonomika Dan Bisnis, F., & Semarang, U. S. (2022). Pengaruh Celebrity endorsement, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022– 2469. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2117>
- Arista, A. (2017). Kekerasan verbal berbasis gender dalam novel Nayla karya Djenar Maesa Ayu. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya (e-Journal)*, 3(2), 123-134.
- Asanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Avalos, L., Tylka, T.L., Wood-Barcalow, N. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and Psychometric Evaluation, *Body Image* 2, (2005) 285-297.
- Ayuningsih *et al*, (2021). Beauty Vloggers Hegemonize Student Behavior as the Beauty Vlog Viewers and Cosmetic Consumers. *The Journal of Society and Media*, 5(2), 271-284.
- Azizah, H., & Putra, S. D. (2019). Penerapan E-Health Pada Sistem Reservasi Perawatan Kulit Wajah Di Klinik Kecantikan Dokter Mirda Berbasis Android. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 3(2), 121-133.
- Barret, J. R. (2005). Chemical Exposures: The Ugly Side of Beauty Products. *Environmental Health Perspectives*, 113(1), 2003–2006
- Bordo S. (2003). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley: University of California Press.
- Bordo, S. (1995). Reading the slender body. In N. Tuana & R. Tong (Eds.), *Feminism and Philosophy* (pp. 467-490). Boulder, CO: Westview Press.



- Brennan, M. A., Lalonde, C. E., & Bain, J. L. (2010). Body image perceptions: Do gender differences exist. *Psi Chi Journal of Undergraduate Research*, 15(3), 130-138.
- Burrowes, N. (2013). Body Image: A Rapid Evidence Assessment of the Literature. Government Equalities Office
- Cash, T & Pruzinsky, T (2002). Conceptual foundation, *A Handbook of Science, Practice, and Clinical Practice*. New York: The Guilford Press
- Cash, T. (2008). *The body image workbook: An eight-step program for learning to like your looks*. New Harbinger Publications.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*. Guilford press.
- Cash, T.F., Wood, K.C., Phelps, K.D., & Boyd, K. (1991). New Assessment of Weight-related Body Image Derived From Extant Instruments. *Perceptual and Motor Skills*, 73, 235-241.
- Choiriyati, W., & Wiendijarti, I. (2020). Popularitas Selebriti sebagai Komoditas Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 128-142.
- Christina, C. (2021). Membongkar Mitos Kecantikan Perempuan dan Femininitas Iklan Dove# Rambutakukataaku. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 140-157.
- Cobb, N. J. (2007). Adolescence: Continuity, change, and diversity. New York: McGraw-Hill
- Conrad, P. (1992). Medicalization and social control. *Annual Review of Sociology*, 18(1),
- Damayanti, A. A. M., & Susilawati, L. K. P. A. (2018). Peran citra tubuh dan penerimaan diri terhadap self esteem pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi*, 5(2), 424-433.
- Danesi, M. (2010). Pesan Tanda dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 8(4), 287–299.
- Davis, K. (2013). *Reshaping the female body: The dilemma of cosmetic surgery*. Routledge.



- de Castro, A. L. (2011). Health and cosmetics: the medicalization of beauty1. *R. ELETR. DE COM. INF. Saude*, 5(4), 14-22.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 997-1009.
- DH, A. G. (2023). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1440-1448).
- Dimitrov, D., & Kroumpouzou, G. (2023). Beauty perception: a historical and contemporary review. *Clinics in Dermatology*, 41(1), 33-40.
- Dimiyati, I. (2014). Jeprut: Perlawanan terhadap hegemoni kekuasaan. *Antropologi Indonesia*.
- El-Yana, K. (2021). *Perempuan dalam Bingkai Media*. Indigo Media.
- Fadhilah, N., Riadi, A. A., & Susanto, A. (2023). Aplikasi Konsultasi Rekomendasi Skincare Untuk Kulit Wajah (Studi Kasus: Mariane Aesthetic Clinic). *Jurnal Dialektika Informatika (Detika)*, 3(2), 60-66.
- Fajriana, Meita. (2018). Melihat Perkembangan Industri Klinik Kecantikan di Indonesia. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/fashion-72beauty/read/3649758/melihat-perkembangan-industri-klinik-kecantikan-diindonesia>
- Fauziah, N., & Puspita, R. (2022). Pemaknaan Penonton Remaja di Jakarta terhadap Operasi Plastik dalam Drama Korea My ID is Gangnam Beauty. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(2).
- Febrianto, D. A., Budiwati, S. D., & Tambunan, T. D. (2017). Aplikasi Penjualan Produk Kecantikan dan Konsultasi Berbasis Web di Klinik Vania Skincare. *eProceedings of Applied Science*, 3(3).
- Fitriana, R., & Darmawan, D. R. (2021). Workout sebagai gaya hidup sehat wanita modern. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 199-213.
- Fitryarini, I. (2009). Iklan dan budaya populer: Pembentukan identitas ideologis kecantikan perempuan oleh iklan di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).



- Forbes, G. B., Collinsworth, L. L., Jobe, R. L., Braun, K. D., & Wise, L. M. (2007). Sexism, hostility toward women, and endorsement of beauty ideals and practices: Are beauty ideals associated with oppressive beliefs?. *Sex Roles*, 56, 265-273.
- Fraser, S. (2003). *Cosmetic surgery, gender and culture*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gagne, P., & McGaughney, D. (2002). Designing women: Cultural hegemony and the exercise of power among women who have undergone elective mammoplasty. *Gender & Society*, 16(6), 814-838
- Ganiem, L. M. (2018). Komunikasi Kedokteran: Konteks Teoritis dan Praktis (D. Feirus (Ed.)). Prenadamedia Group.
- Gillespie, R. (1996). Women, the body and brand extension in medicine: Cosmetic surgery and the paradox of choice. *Women & Health*, 24(4), 69-84.
- Gimlin, D. (2000). Cosmetic surgery: Beauty as a commodity. *Qualitative Sociology*, 23(1), 77-98
- Gimlin, Debra. (2007). Accounting for Cosmetic Surgery in the USA and Great Britain: A Cross cultural Analysis of Women's Narratives. *Body & Society*. Los Angeles/Londres/Nova Delhi/ Singapura, Sage Publication, 13(1):43-62.
- Gozaydinoglu, S., Hosbay, Z., & Durmaz, H. (2019). Body image perception, compliance with a prosthesis and cognitive performance in transfemoral amputees. *Acta orthopaedica et traumatologica turcica*, 53(3), 221-225.
- Haerunnisa, H., Zohrah, N., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty Influencer di Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 1(2), 46-54.
- Hall, S. (1977). Politics and Ideology: Gramsci. In *On Ideology*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham
- Hall, S. (2011). The Neo-Liberal
- Hamermesh, D. S., & Abrevaya, J. (2013). Beauty is the promise of happiness?. *European Economic Review*, 64, 351-368.
- Hanafi, D. (2023). Genoteks (Makna Dahulu) Dan Fenoteks (Makna Sekarang) Sebagai Semiotika Analisis Dalam Memaknai Tubuh Perempuan. *CommLine*, 8(1), 26-39.



- Hannan, A., & Abdillah, K. (2019). Hegemoni Religio-Kekuasaan dan Transformasi Sosial Mobilisasi Jaringan Kekuasaan dan Keagamaan Kyai dalam Dinamika Sosio-Kultural Masyarakat. *Sosial Budaya*, 16(1), 9-24.
- Harness, A. (2018). Infografik: 84 Persen Perempuan Indonesia Tidak Sadar Dirinya Cantik. KumparanSTYLE. <https://kumparan.com/kumparanstyle/infografik-84-persen-perempuanindonesia-tidak-sadar-dirinya-cantik-1538272859413926091/full>
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hasmalawati, N. (2018). Pengaruh citra tubuh dan perilaku makan terhadap penerimaan diri pada wanita. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 2(2), 107-115.
- Hefni, M. (2011). Runtuhnya Hegemoni Negara dalam Menentukan Kurikulum Pesantren. *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, 62-72.
- Hidayah, N. (2014). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya (Kajian Simulakra, Simulasi dan Hiperealitas JP Baudrillard). *Paradigma*, 2(3).
- Ibrahim, I. S. (2004). Sirnanya "komunikasi empatik": krisis budaya dalam masyarakat kontemporer. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Indradjaja, A. (2017). Penggambaran Ideal Perempuan Jawa pada Masa Hindu-Buddha: Refleksi pada Arca-Arca Perempuan. *Purbawidya: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Arkeologi*, 6(7), 105-116.
- IS Ibrahim, H. S. (1998). Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru. Bandung: Rosdakarya
- Islami, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2), 203-208.
- Ivada, D., Darmawan, D. R., & Novianti, N. (2022). Beauty Care Kebutuhan Kultural Perempuan Metropolitan. *Journal of Arts and Humanities*, 26, 216-225.
- Izzati, J. F. (2019). Reinvensi Pesona Visual dari Kecantikan Wanita Nusantara. In *Seminar Nasional Seni dan Desain 2019* (pp. 205-211). State University of Surabaya.



- Javo, I. M., & Sørli, T. (2009). Psychosocial predictors of an interest in cosmetic surgery among young Norwegian women: a population-based study. *Plastic and reconstructive surgery*, 124(6), 2142-2148.
- Jha, M. (2015). *The global beauty industry: Colorism, racism, and the national body*. Routledge.
- Karacan, E. (2007). *Women under the hegemony of body politics: fashion and beauty* (Master's thesis, Middle East Technical University).
- Kartikasari, D. (2014). *Trend Perawatan Kecantikan Perempuan (Studi Fenomenologi Pemakaian Kecantikan Pada Konsumen Perempuan di Klinik Kecantikan Natasha Skin Care Kota Madiun)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kissya, T. A., Dewi, N. S., & Andriany, M. (2024). Faktor Penyebab Body Shaming Pada Remaja Perempuan: Scoping Review. *Jurnal Keperawatan*, 16(2), 511-518.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Rosdakarya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Ahli Bahasa A.B Susanto,. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, A., Noviekayati, I. G. A. A., & Rina, A. P. (2023). Hubungan Body Image Dengan Kepercayaan Diri Pada Korban Body Shaming Pengguna Instagram. *Psikosains: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi*, 18(1), 1-9.
- Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). Pengaruh Media Sosial Online Dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare Dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(1), 1-11.
- Kusuma, R. S., & Vitasari, Y. (2017). Gendering the Internet: Perempuan pada Ruang Gender yang Berbeda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 125-142.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Kusumawati, F., dan Hartono, Y., (2010). *Buku ajar keperawatan jiwa*. Jakarta: Salemba Medika.





Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu

Larasati, N. A., Nomaini, F., & Bafadhal, O. M. (2019). Hegemoni Kecantikan: Wacana Kecantikan dalam Konten Beauty Vlogger Tasya Farasya di Youtube. *Kaghas: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 1(2), 71-79.

Latoki, L., Rezal, M., Alaydrus, A., & Sangkota, M. (2021). PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK NATASHA PADA KLINIK KECANTIKAN NATASHA SKIN CARE DI KOTA PALU. *Jurnal Ekonomi Trend*, 9(2), 86-102.

Leenen, H. J. J., & Lamintang, P. A. F. (1991). *Pelayanan kesehatan dan Hukum*. Bina Cipta, Jakarta.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.

Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 57-80.

Lianawati, E. (2021). *Ada Serigala Betina dalam Diri Setiap Perempuan*. Buku Mojok.

Liong, M. P. (2020). Stop Bikin Standar Cantik Buat Perempuan. Opini.Id. <https://opini.id/politik/read-14292/stop-bikin-standar-cantik-buat-perempuan>

Luna, Nikki. (2013). *The hegemony of beauty*. Rappler. Diakses dari <http://www.rappler.com/moveph/ispeak/23962-dominance-beautyfeminism>

M. Clark, (1977) Antonio Gramsci and the Revolution that Failed (New Haven: Yale University Press, 1977), hlm. 2

Mabruroh, 2003, Membangun kepuasan konsumen dan akses loyalitas, Benefit, Vol. 7, No. 2, Desember 2003, hal. 167-175.

Mahrurnisa, S., Susanto, D., & Susanto, S. (2020). The History of Beauty Discourse in Indonesia. In *Proceedings of the Third International Seminar on Recent Language, Literature, and Local Culture Studies, BASA, 20-21 September 2019, Surakarta, Central Java, Indonesia*.





- Marhamah, M., Hildayanti, S. K., & Purnamasari, E. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan di Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 120-131.
- Markplus.inc. (2020). ZAP Beauty Index 2020. Zapclinic.Com
- Martha, D., Wardah, M., Ananda, M., Ulya, R., & Sari, V. R. (2020). Fenomena Gaya Hidup Masyarakat Dalam Era Belanja Daring. *Sains Sosial Dan Humaniora*, 4, 55–62. <https://doi.org/10.30595/jssh.v4i1.4415>
- Maturo, A. (2012). Medicalization: current concept and future directions in a bionic society. *Mens sana monographs*, 10(1), 122.
- Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh penggunaan influencer instagram terhadap citra merk dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan. *Perwira Journal of Economics & Business*, 1(2), 1-7.
- Mauliya, S., & Lutfiati, D. (2016). Pengaruh Minat dan Motivasi Konsumen Remaja dalam Pemilihan Jenis. *Jurnal Mahasiswa*, 5(3), 59-65.
- Meiliana, M., Valentina, V., & Retnaningsih, C. (2018). Hubungan body dissatisfaction dan perilaku diet pada mahasiswa universitas katolik soegijapranata semarang. *Praxis: Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring*, 1(1), 49-62.
- Melliana, S. (2006). Menjelajah tubuh perempuan dan mitos kecantikan. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Morgan, K. P. (2020). Women and the knife: Cosmetic surgery and the colonization of women's bodies. In *Women, medicine, ethics and the law* (pp. 343-371). Routledge.
- Muharrina, C. R., Yustendi, D., Sarah, S., Herika, L., & Ramadhan, F. (2023). Kesehatan Reproduksi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kebidanan*, 5(1), 26-29.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmukomunikasi suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murlianti, S. (2014). Cycles of Beauty Culture: Ethnography of Beauty Clinics Commodification. *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 6(2), 327-335.



- Murray, K. M., Byrne, D. G., & Rieger, E. (2011). Investigating adolescent stress and body image. *Journal of adolescence*, 34(2), 269-278.
- Murtopo, B. A. (2018). Peranan Perempuan Dalam Media Sosial. *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 2(2), 14-24.  
<https://doi.org/10.33507/cakrawala.v2i2.51>
- Nikmah, K., & Liana, C. (2016). Perubahan konsep kecantikan menurut iklan kosmetik di Majalah Femina tahun 1977-1995. *Avatara e Journal Pendidikan Sejarah*, 4(1).
- Ningsih, S. (2020). Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi*, 1(2), 103-106.
- Nisa, B. R. F., & Rahmasari, D. (2019). Hubungan antara harga diri dan kesejahteraan subjektif dengan citra tubuh pada perempuan yang melakukan perawatan di klinik kecantikan. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(4), 1-8.
- Nisha, Z. (2022). The Medicalisation of the Female Body and Motherhood: Some Biological and Existential Reflections. *Asian Bioethics Review*, 14, 25-40.)
- Nova, M. Y., Maharani, D., & Sudarmin, S. (2022). Implementasi Metode Certainty Factor Dalam Menentukan Perawatan Wajah Sesuai Dengan Jenis Kulit Wanita. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1071-1079.
- Nugroho, H. (1993). Ekspansi Rezim Medis, Medikalisasi Kehidupan, dan Pemberdayaan Masyarakat. *Populasi*, 4(2).
- Nurani, Shinta. (2017). Kapitalisasi Tubuh Perempuan (Sebuah Perspektif Ekofeminisme Islam). *Jurnal Muwazah*, 9(1).
- Nurdyawati, T. T., Kafabih, A., & Anugrah, A. A. (2021). Analisis Konten Iklan Citra (1980-2010) Bagi Standardisasi Kecantikan Indonesia: Kacamata Feminis Marxist. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 31-45.
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19-24.
- Paserangi, H., & Maskun, M. (2022). Tinjauan Hukum Hak Pasien Terhadap informasi Dokter Terkait Krim Racikan yang diResepkan di Klinik Kecantikan. *PETITUM*, 10(2), 148-160.



- Patria, N., & Arief, A. (2015). Antonio Gramsci Negara & Kekuasaan. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 120.
- Pindari, R. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Loyalitas Merek pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1307-1313.
- Pitts-Taylor, V. (2007). *Surgery junkies*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Poli Neto, P., & Caponi, S. N. (2007). The'medicalization'of beauty. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, 11, 569-584.
- Prasanda, Aditya. (2018). Mengungkap Sejarah Keterlibatan Dokter di Bisnis Kecantikan Indonesia, diakses pada 10 Mei 2024, <https://news.detik.com/berita/d-6500512/3-cara-menulis-daftar-pustaka-dari-internet-beserta-contohnya>
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). Perilaku konsumen.
- Pratiwi, I., & Soliha, E. (2023). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan Natasha Skin Care di Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 355-367.
- Pratiwi. (2013). Pegobatan jerawat dan tips pemakaian kosmetik. Yogyakarta: Platinum
- Prayitno, N., & Brahmani, R. N. (2011). Kejadian jerawat pada remaja di sma yadika 3. *Jakarta: Departemen Nutrisi*.
- Puspa, Ratih. (2010). Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 23(4), 312–323.
- Puspitasari, D., & Suryadi, Y. (2020). Discourse on the shifting of local beauty: Concepts in an Easternization era Wacana tentang pergeseran kecantikan lokal: Konsep-konsep dalam era Easternisasi. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 33(1), 36-46.
- Pussetti, C. (2021). Because you're worth it! The medicalization and moralization of aesthetics in aging women. *Societies*, 11(3), 97.
- Putri, D. W., Safira, A., & Wattimena, G. H. (2019). Presentasi diri beauty influencer Abel Cantika melalui YouTube channel. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 30-45.
- Putri, E. A. S., & Kartika, A. D. (2022). Representasi Cantik Dalam Iklan Produk Nivea Di Jerman Dan Di Indonesia. *IDENTITAET*, 11(2), 124-135.



Rafidati, T., Fitri, M. P., & Fadilla, S. A. (2021). Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka. *Jurnal Audiens*, 3(1), 61–71.  
<https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11775>

Rahman, A. R. (2017). Dekonstruksi Makna Cantik Dalam Iklan Produk Kecantikan Pond'S White Beauty: Analisis Wacana Kritis. *Humanitatis: Journal of Language and Literature*, 4(1), 74-85.

Rahmat, J. (2005). Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi dengan Contoh Analistis Statistik. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.

Rahmawati, Y. S., Rahmawati, G., & Azhar, D. A. (2022). Analisis Insecurity dalam Standar Kecantikan Film Imperfect dengan Semiotika Roland Barthes. *Journal of Digital Communication and Design (JDCODE)*, 1(2), 94-102.

Raniah, R., & Musdalifah, F. S. (2022). Representasi Kecantikan Wanita pada Video Wardah#BeautyMovesYou–Bergerak Membawa Manfaat. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 146-155.

Rekha, V. S., & Maran, K. (2012). Advertisement pressure and its impact on body dissatisfaction and body image perception of women in India. *Global Media Journal: Indian Edition*, 3(1).

Rengga, O. L., & Soetjningsih, C. H. (2022). Body Image Ditinjau dari Jenis Kelamin pada Masa Dewasa Awal. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 6(1), 1-12.

Rieke, Emma, Sara., D, Clay, F., Hyo, J, C., & Natalia, V. (2016). Exploration of Factors Influencing Body Image Satisfaction and Purchase Intent: Millennial females. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20 (2), 1-28.

Riska, E. (2010). Gender and medicalization and biomedicalization theories. *Biomedicalization: Technoscience, health, and illness in the US*, 147-170.

Rizkiyah, I., & Apsari, N. C. (2019). Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 18(2), 133-152.

Royani, I., & Berampu, L. T. (2022). Determinasi Perempuan Dalam Membeli Produk Kecantikan di Klinik Aesthetic di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 120-129.



- Rukmawati, D. R., & Dzulkarnain, I. (2015). Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan). *DIMENSI-Journal of Sociology*, 8(1).
- Safitri, S. F., & Rizal, G. L. (2020). Hubungan Body Image dengan Self Confidence pada Remaja Overweight yang Mengalami Body haming. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2360-2367.
- Saguni, S. S., & Baharman, B. (2016). Narasi tentang mitos kecantikan dan tubuh perempuan dalam sastra Indonesia mutakhir: Studi atas karya-karya cerpenis Indonesia. *RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 9(2), 256819.
- Sakinah, I. B. L. (2018). Body Shaming, Citra Tubuh, Dampak dan Cara Mengatasinya. *Jurnal Emik*, 1(1), 54.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.
- Santi, S. (2006). Kecantikan dan Mode: Representasi Tubuh dan Identitas Perempuan dalam Media. In *Jurnal Forum Ilmiah Indonesia* (Vol. 1, No. 3, pp. 7-17).
- Saptandari, P. (2012). Kesehatan Reproduksi Perempuan dalam Perspektif Antropologi Budaya.
- Saptandari, P. (2015). Medikalisasi Tubuh Perempuan dalam Kebijakan Kesehatan Reproduksi dan Upaya Penurunan Angka Kematian Ibu. In *makalah disampaikan dalam PKWG SEMINAR SERIES* (Vol. 1).
- Saputri, M. I. M., & Pinem, M. L. (2022). Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun Instagram@ ugmcantik. *Journal of Social Development Studies*, 3(1), 70-85.
- Saraswati, L. A. (2013). *Seeing Beauty, Sensing Race in Transnational Indonesia*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Saraswati, L. A. (2017). Putih: warna kulit, ras, dan kecantikan di Indonesia transnasional. Marjin Kiri.
- Sari, T. (2007). Hubungan Antara Syukur dengan Kepuasan Citra Tubuh pada Remaja. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



- Sari, W. P. (2015). Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa). *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 198-206.
- Sarwer, D. B., & Crerand, C. E. (2004). Body image and cosmetic medical treatments. *Body image*, 1(1), 99-111.
- Sarwer, D. B., & Didie, E. R. (2002). Body image in cosmetic surgical and dermatological practice. *Disorders of Body Image*. Stroud, England: Wrighton Biomedical Publishing, 37-53.
- 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.
- Schmalzried, L. (2013). Inner Beauty—The Friendship Hypothesis. *Switzerland: Universität Luzern*.
- Seawell, A. H., Burg, S. D. (2005). Body image and sexuality in women with and without systemic lupus erythematosus. *Sex Roles*, 53 (11/12), 865-876.
- Setyorini, A. (2017). Kecantikan Dan Dialektika Identitas Tubuh Perempuan Pascakolonial Dalam Cerita Pendek China Dolls Dan When Asian Eyes Are Smiling. *Jurnal Lingua Idea*, 7(2), 1-14.
- Sharma, U., & Black, P. (2001). Look good, feel better: beauty therapy as emotional labour. *Sociology*, 35(4), 913-931.
- Simon, Roger dkk. (2000). *Gagasan-Gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Siregar, M. K., Fahmi, F., & Triana, Y. (2024). Tanggung Jawab Hukum Terhadap Pelanggaran Standar Kompetensi Profesi oleh Tenaga Kesehatan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7846-7853.
- Sisti, A., Aryan, N., & Sadeghi, P. (2021). What is beauty?. *Aesthetic Plastic Surgery*, 45(5), 2163-2176.
- Sitompul, A. V. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Kesehatan Mental Remaja. *Circle Archive*, 1(4).



- Soetjiatie, L. (2014). Perempuan, Cantik dan Media Massa (Studi Sosiologis Tentang Perempuan, Cantik dan Pengaruh Media Massa). *Jurnal Penelitian Kesehatan Suara Forikes*, 5(2).
- Suhadi, E., Tulung, J. E., & Gunawan, E. M. (2023). CONSUMER PREFERENCE OF SKINCARE PRODUCT USING ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 913-923.
- Sukanto, M. (2006). Citra tubuh perempuan di media massa. *Anima, Indonesian Psychological Journal*, 20(3), 183-191.
- Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan. *Koneksi*, 5(1), 67-75.
- Sukotjo, H., & Radix, S. 2010. Analysis-7P Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process and Physical Evidence) against product purchase decision Teta Beauty Clinic. *Journal of economics and business management*, 216-228
- Sullivan, D. (1993). Cosmetic surgery: Market dynamics and medicalization. *Research in Sociology of Health Care*, 10, 97-115.
- Sumarwan, Ujang. (2011). Perilaku Konsumen. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sunarto, L., Sukanto, M. E., & Dianovinina, K. (2011). *Social comparison dan Body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal. *Jurnal Humanitas*, 9(2), 157-168.
- Syafrini, D. (2014). Perempuan dalam jeratan eksploitasi media massa. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Humaniora*, 13(1), 20-27.
- Taniguchi, E., & Ebesu Hubbard, A. S. (2020). Effects of Physical Appearance Social Comparisons and Perceived Attainability of an Ideal Body on Body Dissatisfaction and Weight-Management Behaviors Among Young Japanese Women. *Japanese Psychological Research*, 62(4), 227–240. <https://doi.org/10.1111/jpr.12264>
- Tiara, C., & Durahman, D. H. (2014). Citra Tubuh dan Bentuk Tubuh Perempuan Ideal di Masyarakat. *Visual Art*, 2(1), 180221.
- Tilaar, M. (1999). *Kecantikan perempuan timur*. IndonesiaTera.





- Trampe, D., Stapel, D. A., Siero, F. W. (2011). The Self-Activation Effect of Advertisement: Ads Can Affect Whether and How Consumers Think about the Self. *Journal Of Consumer Research* Volume 37, Issue 6, 1 April 2011, Pages 1030- 1045.
- Utomo, E. K., Wahyudi, T., Soleman, S. R., Hazanah, S. P., & Putri, A. L. S. K. (2021, June). Nyeri Dan Pasien Kanker: Literature Review. In *Prosiding Seminar Informasi Kesehatan Nasional* (pp. 352-362).
- Wardhani, B., Largis, E., & Dugis, V. (2018). Colorism, Mimicry, and Beauty Construction in Modern India. *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol. 6 (2), pp. 235-2476.
- Wati, D. K., & Sumarmi, S. (2017). Citra tubuh pada remaja perempuan gemuk dan tidak gemuk: Studi cross sectional. *Amerta Nutrition*, 1(4), 398-405.
- Wedyastuti, Ayu Tri. 2012. “ Analisis Pengaruh Promosi, Grup Referensi dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pond’s Skin Whitening Di Kota Malang”. *Jurnal Ilmiah FEB*. Vol. 1 No.2
- Werschler, W. P., Calkin, J. M., Laub, D. A., Mauricio, T., Narurkar, V. A., & Rich, P. (2015). Aesthetic dermatologic treatments: consensus from the experts. *The Journal of Clinical and Aesthetic Dermatology*, 8(10 Suppl), S2.
- Wibowo, N., & Pandu, A. (2013). Perancangan interior klinik kecantikan berbasis *eco-design* di Surabaya. *Jurnal INTRA*, 1(2), 1-8
- Wicaksono, Y. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang). Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Wirasari, I. (2016). Kajian kecantikan kaum perempuan dalam iklan. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 146-156.
- Witari, I., Yuliana and Asmar Yulastri (2023) “Pengaruh Gizi dan Kesehatan terhadap Kecantikan: Influence of Nutrition and Health on Beauty”, *JURNAL GIZI DAN KESEHATAN*, 15(2), pp. 290–299. doi: 10.35473/jgk.v15i2.411.
- Wood-Barcalow, N.L., Tylka, T.L., & Horvath, C.I. (2010). But I Like My Body”; Positive body image characteristics and a holistic model for young adult women. *Body Image*, Volume 7 Issue 2, hal. 106-116.



- Worodiyanti, N. W., & Maspiyah, M. K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skincare Malang. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya. Surabaya*.
- Yani, L. I., & Putra, Y. Y. (2019). PERBEDAAN TRUST IN BRAND PRODUK ONLINE SHOP DENGAN KLINIK KECANTIKAN. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4).
- Yu, U. J., & Jung, J. (2018). Effects of Self-Discrepancy and Self-Schema on Young Women's Body Image and Self-Esteem after Media Image Exposure. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 47(2), 142–160. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12284>
- Zahid, A., Ayu, N. A. K., & Ikayanti, R. L. (2023). Kapitalisme Tubuh Perempuan: Sebuah Pendisiplinan Atau Industrialisasi. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5(1), 115-131.
- ZAP. (2022). *ZAP Beauty Indeks 2023* [Data set]. Retrieved from <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>
- Zhang, X. (2021). *Aesthetic Hegemony and Body Positivity* (Master's thesis, Pratt Institute).