UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Representasi Standar Kecantikan Perempuan Generasi Z di Indonesia pada Akun Instagram @scarlett_whitening Melalui Feminisme Naomi Wolf
Alinda Rahmadita, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M.hum ; Dr. Supartiningsih
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Amini, I. N., & Suranto, S. (2020). ANALISIS KONSTRUKSI MAKNA CANTIK OLEH FOLLOWERS PADA AKUN INSTAGRAM @BIDADARIUNY CONSTRUCTION ANALYSIS OF BEAUTIFUL MEANING BY FOLLOWERS IN @BIDADARIUNY INSTAGRAM ACCOUNT. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(3). https://doi.org/10.21831/lektur.v3i3.16934

Angeline, M. (2015). Mitos dan Budaya. *Humaniora*, *6*(2), 190. https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i2.3325

Aprilita, D., & Listyani, R. (2016). *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl)*. Paradigma 4(3).

Ardine, F. (2024). Transformasi standar kecantikan Indonesia melalui pemilihan Korean Brand Ambassador produk kecantikan lokal. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(3). https://doi.org/10.21831/lektur.v7i3.23073

Apsari, R., & Darmastuti, R. (2025). PEMAKNAAN PEREMPUAN GENERASI Z TERHADAP STANDAR KECANTIKAN PADA KAMPANYE #LiveBoldly MEREK REVLON. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, *10*(1), 51-66.

Arsitowati, W. H. (2017). KECANTIKAN WANITA KOREA SEBAGAI KONSEP KECANTIKAN IDEAL DALAM IKLAN NEW POND'S WHITE BEAUTY: WHAT OUR BRAND AMBASSADORS ARE SAYING. *HUMANIKA*, *24*(2). https://doi.org/10.14710/humanika.v24i2.17572

Aziizah, A. H. (2024). *Z generation's perspective on beauty represented on somethinc's advertisements* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Belinska, S. (2018). REPRESENTATION OF WOMAN'S BODY ON INSTAG RAM: QualitativeContent Analysis of the year 2018 posts of top fitness influencer Michelle Lewin.

Chinta, S., Ghassani, A., & Lidwina, M. (2023). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional* (pp. 1440–1448).

Chotimah, D. N., Jambak, M. R., Zawawi, M., & Munjiyat, M. (2023). Women's Emancipation in Hanung Bramantyo's Kartini Film: Naomi Wolf's Feminist Perspective. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 103–113. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-002-2_11

CNBC Indonesia . (2024, April 27). *Belanja Kecantikan Warga RI Hampir Rp 3 T, Lebih Besar dari Makanan*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/research/20240427110427-128-533935/belanja-kecantikan-warga-ri-hampir-rp-3-t-lebih-besar-dari-makanan

Dixon, S. J. (2023). *Instagram Users Worldwide 2023*. Statista. https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/

Donnelly, J. (2007). The relative universality of human rights. *Human Rights Quarterly*, *29*(2), 281–306.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Representasi Standar Kecantikan Perempuan Generasi Z di Indonesia pada Akun Instagram @scarlett_whitening Melalui Feminisme Naomi Wolf
Alinda Rahmadita, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M.hum ; Dr. Supartiningsih
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Garcia, G., & Septia Winduwati. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*, *7*(1), 248–255. https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21313

Gentina, E. (2020). Generation Z in Asia: a research agenda. *The new Generation Z in Asia: Dynamics, differences, digitalisation*, 3-19.

Hinduan, Z. R., Anggraeni, A., & Agia, M. I. (2020). Generation Z in Indonesia: The self-driven digital. In *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation* (pp. 121-134). Emerald Publishing Limited.

Hermawati, Y., Piyatna, A., & Adji, M. (2018). INSTAGRAM DAN MITOS KECANTIKAN PEREMPUAN MUSLIM. *Riksa Bahasa: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, *2*(2).

Houghton, J. (2020). Naomi Wolf: Feminist author and political activist. In *Encyclopedia of Feminist Literature* (pp. 352-354). Greenwood Press.

Kanda, A., & Oktaviani, A. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh Generasi Z Di Kota Cimahi. *Analoka Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 81–96.*, *1*(2 DESEMBER), 81–81. https://doi.org/10.26623/janaloka.v1i2desember.8143

Karolus, M. L. (2016). Mitos dan Komersialisasi Kecantikan: Kajian Pemikiran Naomi Wolf. *Jurnal Perempuan*.

Lailiya, N. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, *2*(2), 113. https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764

Lidwina, P. R., & Lase, F. J. (2024). Pemahaman Konsumen Mengenai Brand Identity Produk Kecantikan Scarlett Whitening dengan Tagline "Reveal Your Beauty." *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, *6*(5), 1834–1849. https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.1028

Mahardikawati, N. (2017). Studi Tentang Mitos Pernikahan dan Proses Penyampaian Pesan Pada Masyarakat Desa Matesih, Kecamatan Matesih, Kabupaten Karanganyar.

Makarim, N. H., Dimyati, D., & Kurniullah, A. Z. (2020). THE USE OF INSTAGRAM ACCOUNT IN CONSTRUCTING THE CONCEPT OF BEAUTY: A CASE ON "UNPAD GEULIS." *ASPIRATION Journal*, *1*(1), 72–99. https://doi.org/10.56353/aspiration.v1i1.1

Mappe, U. U., Sunaniah, & Salwia. (2024). Analisis Mitos Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Lokal Dengan Brand Ambassador Idol Korea Selatan. *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 116–128. https://doi.org/10.47134/aksiologi.v4i2.202

Melliana S, A. (2006). *Menjelajah tubuh*. PT LKiS Pelangi Aksara.

Mustika, D. V. (2024, August 12). *Rahasia Sukses Scarlett Whitening, Body Serumnya Jadi Favorit! - Marketing.co.id*. Marketing.co.id. https://marketing.co.id/jadi-body-serum-favorit-indonesia-intip-rahasia-sukses-scarlett-whitening/

Munfarida, E. (2007). Genealogi Kecantikan. Jurnal Studi Islam Dan Budaya, 5(2),

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Representasi Standar Kecantikan Perempuan Generasi Z di Indonesia pada Akun Instagram @scarlett_whitening Melalui Feminisme Naomi Wolf
Alinda Rahmadita, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M.hum ; Dr. Supartiningsih
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

241–256.

Nagara, M. R. N. D., & Nurhajati, L. (2022). The Construction and Adoption of Beauty Standard by Youth Female as the Consumer of K-Beauty Products in Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, *5*(2), 258–277. https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.543

NapoleonCat. (2024, December). *Instagram users in Indonesia - December 2024*. Napoleoncat.com. https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/12/

Natassja, E., & Simamora, B. (2023). The Effect of Using Twice's Girlband K-pop as The Brand Ambassador on Increasing The Value of The Scarlett Whitening Brand. *Global Research on Economy Business Communication and Information*, *1*(1), 43–53. https://doi.org/10.46806/grebuci.v1i1.975

Obiora, N. (2018, July 23). How unrealistic beauty standards are causing identity issues. Retrieved from https://www.pulse.ng/lifestyle/beauty-health/the-dark-side-of-socialmedia-how-unrealistic-beauty-standards-are-causing-identity/hv4tffb

Prabasmoro, A. P. (2018). *Kajian budaya feminis*. Remaja Rosdakarya.

Pratiwi, R. Z. B. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi. Jurnal An-Nida, 10 (2).

Prianti, D. (2013). Indonesian female beauty concept: Does it take into account the traditional values? *in Proceedings of the Asian Conference on Media and Mass Communication*, *(pp. 346-357)*.

Putri, K. N. (2022). *Telaah mengenai Kecantikan sebagai Mitos ditinjau menurut Pemikiran Naomi Wolf* [Skripsi]. https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/210634

Putri, W. L., Saraswati Putri, L. G., & Siscawati, M. (2023). The Beauty Myth, Cosmetics Industry, and Instagram. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 568–580. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-058-9_44

Rohmiatika, H. (2023). Hegemoni Budaya Warna Kulit Wanita Korea Sebagai Standar Kecantikan Wanita Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, *1*(1), 421–426. https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.245

Rosen, E. (2024). *Effects of Filtered Instagram Photos on Body Image, Dissatisfaction, and Self-Esteem* (Doctoral dissertation).

Rohtama, Y., Murtadlo, A., & Dahlan, D. (2018). PERJUANGAN TOKOH UTAMA DALAM NOVEL PELABUHAN TERAKHIR KARYA ROIDAH: KAJIAN FEMINISME LIBERAL. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*, *2*(3), 221–232. https://doi.org/10.30872/jbssb.v2i3.1147

Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme*. Garudhawaca.

Samosir, H. A. (2015, June 4). *Imbas Buruk Media Sosial pada Pola Makan Remaja Masa Kini*. Gaya Hidup; cnnindonesia.com.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Representasi Standar Kecantikan Perempuan Generasi Z di Indonesia pada Akun Instagram @scarlett_whitening Melalui Feminisme Naomi Wolf
Alinda Rahmadita, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M.hum ; Dr. Supartiningsih
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150604180804-255-57767/imbas-buruk-media-sosial-pada-pola-makan-remaja-masa-kini

SAPUTRA, M. K. (2022). *GARUH INTENSITAS WORD OF MOUTH TERHADAP TINGKAT PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING OLEH GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (Undergraduate Thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).

Saraswati, L. A. (2012). "Malu": Coloring Shame and Shaming the Color of Beauty in Transnational Indonesia. *Feminist Studies*, *38*(1), 113–140. https://doi.org/10.1353/fem.2012.0021

Scarlett Whitening. (2017). *About Scarlett*. Scarlettofficial.id. https://www.scarlettofficial.id/about

Setyaningsih, I., & Palupi, P. (2022). Beauty Representation in Scarlett Whitening Advertisement: Roland Barthes' Semiotic Analysis. *Proceeding Iseth (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 456–467. https://doi.org/10.23917/iseth.2970

Sidi, A. P. (2022, January). Urgensi Selebriti Endorser, Harga dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. In *MDP Student Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 127-133).

Sindhunata. (2019). *Dilema Usaha Manusia Rasional: Teori Kritis Sekolah Frankfurt*. Gramedia Pustaka Utama.

Soehandoko, J. G. (2022, April 27). *Profil Bisnis Scarlett Whitening, yang Didirikan Artis Felicya Angelista*. Bisnis.com. https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220427/263/1527944/profil-bisnis-scarlett-whitening-yang-didirikan-artis-felicya-angelista.

Savitri, D. G. (2021, March 17). Why Beauty Standards Are Ridiculous | Beropini eps. 73 . Youtube. https://youtu.be/X0pMso2avhE

Telaumbanua, Y. A., Elvin, N., Nazara, B. T., Harefa, E. C., & Harefa, A. (2024). Analyzing the Language Style of Generation Z Teenagers in Their Instagram Posts. *JELITA*, *5*(2), 588–600. https://doi.org/10.56185/jelita.v5i2.790

Tong, R. (2010). *Feminist Thought*. Jalasutra.

Turow, J. (2016). Media Today. In *Routledge eBooks*. Informa. https://doi.org/10.4324/9781315681726

Vidyarini, T. N. (2007). Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik The Face Shop. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, 1 (2).

Wiasti, N. M. (2012). REDEFINISI KECANTIKAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PEREMPUAN BALI, DI KOTA DENPASAR. *Piramida: Jurnal Kependudukan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia/Piramida*, *6*(2).

Wijayanti. (2020). INTERPRETASI MAKNA KECANTIKAN PADA GENERASI Z (Studi Kasus "Pemenang Miss Universe 2019 dari Afrika Selatan")

Williams, D. E., Pochipinski, B., MacDonald, M., & Caulfield, J. (2023). The Depiction of Beauty-by-Beauty Influencers on Instagram and Generations Z's

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Representasi Standar Kecantikan Perempuan Generasi Z di Indonesia pada Akun Instagram @scarlett_whitening Melalui Feminisme Naomi Wolf
Alinda Rahmadita, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M.hum ; Dr. Supartiningsih
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Perception of Them. *Journal of Promotion Management*, *30*(3), 1–38. https://doi.org/10.1080/10496491.2023.2279765

Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used against Women*. Vintage Classic.

Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, *2*(1), 598-616.