

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alwi, H. (1992). *Modalitas dalam Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ardianto, R. E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekataman Media.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2009). *Teori Komunikasi* (edisi 9). Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Novianti, E. (2019). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Bandung: Niagara.

### Jurnal

- Anggaeraini, D. & Farozin, M. (2019). *Interpersonal Communication Skills and Self Confidence of Secondary School Students: Findings and Interventions. International Conference on Meaningful Education, KNE Social Science.*\_\_doi: 10.18502/kss.v3i17.4633
- Adjin-Tettey, T., Bempah, K. (2015). *A Study Exploring The Influence Of Media Consumption On Body Image And Beauty Among Young Corporate Ghanaian Women In The Greater Accra Region. Journal of Business Research*, 9. Tersedia di [https://www.researchgate.net/publication/313679510\\_A\\_STUDY\\_EXPLORING](https://www.researchgate.net/publication/313679510_A_STUDY_EXPLORING)

THE INFLUENCE OF MEDIA CONSUMPTION ON BODY IMAGE AND BEAUTY AMONG YOUNG CORPORATE GHANAIAN WOMEN IN THE GREATER ACCRA REGION

- Aidina, W., Nisa, H. & Sulistyani, A. (2013). Hubungan Antara Penerimaan Diri Dengan Optimisme Menghadapi Masa Depan Remaja di Panti Asuhan. *Jurnal Psikohumanika*. 6(2), 1-12.
- Fatchurahman, M. & Pratikto, H. (2012). Kepercayaan Diri, Kematangan Emosi, Pola Asuh Orang Tua Demokratis dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*. 1(2). Tersedia di <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/persona/article/view/27>
- Fathurizki, A., Malau, R. M. U. (2018). Pornografi dalam Film: Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children”. *Jurnal ProTVF*, 2(1), 19-35. Tersedia di <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/11347>.
- Hapsari, A., Sukardani, P. (2018). Representasi Konsep Kecantikan Perempuan di Era *Millennials* Melalui *Beauty Influencer* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Commercium*, 2(2), 59-62. Tersedia di <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/26570/24337>
- Hapsari, T. (2013). Khalayak Framing: Peluang Baru dalam Penelitian Khalayak. *Jurnal Komunikasi*, 1(6). Tersedia di <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/54/53>
- Hidayah, N., Imron, A. (2014). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan Kota Surabaya. *Jurnal Paradigma*, 2(3). Tersedia di <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/9078/8783>
- Ifdil, I., Denich, A., Ilyas, A. (2017). Hubungan *Body Image* dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 107-113. Tersedia di <http://journal2.um.ac.id/index.php/jkbk/article/download/1267/1001>
- Jiwandono, H. (2015). Analisis Resepsi Pemain Terhadap Serial *Video Game Grand Theft Auto*. *Jurnal Studi Pemula*, 4(1). Tersedia di <https://jurnal.ugm.ac.id/jurnalpemuda/article/view/36730>
- Karina, S. & Suryanto. (2012). Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas *Backpacker* Indonesia Regional Surabaya dengan

- Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai *Intervening Variabel*. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2). [http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810053\\_5v.pdf](http://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810053_5v.pdf)
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 17(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Kristi, A. R. (2014). Hubungan antara Kepercayaan Diri Dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Angkatan 2013 di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Sam Ratulangi Manado. *E-Jurnal Keperawatan Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi*, 2(2). Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jkp/article/view/5263>
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Jurnal Mediator*, 6(2). Tersedia di <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1197>
- Maiaweng, P. (2011). Korelasi Harga Diri dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepribadian Yang Sehat Pada Mahasiswa STT Jaffray Makassar. *Jurnal Jaffray*, 9(1). DOI: <dx.doi.org/10.25278/jj71.v9i1.86>
- Masturi, A. (2010). Memangun Relasi Sosial Melalui Komunikasi Empatik (Perspektif Psikologi Komunikasi). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1). Tersedia di <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/135>
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.com. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74-89. Tersedia di <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195/7204>
- Puspa, R. (2010). Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan. *Jurnal Komunikasi Universitas Airlangga*, 23(4). Tersedia di [http://www.jurnal.unair.ac.id/filerPDF/07\\_Tanning%20Lotion%20no%20picts%20ratih%20puspa\\_Artikel%20\\_edited%20edy%20Tyas%20mita%20\\_Revised\\_.pdf](http://www.jurnal.unair.ac.id/filerPDF/07_Tanning%20Lotion%20no%20picts%20ratih%20puspa_Artikel%20_edited%20edy%20Tyas%20mita%20_Revised_.pdf)
- Puspitaningsih, I. T., Nursalim, M. (2014). Hubungan Rasa Percaya Diri dan Komunikasi Interpersonal Dengan Akutalisasi Diri Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Baureno-Bojonegoro. *Jurnal BK UNESA*, 4(1), 22-27. Tersedia di <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/4634/6930>

- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Jurnal Equilibrium*, 5(9), 1-8. Tersedia di <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 01(02). Tersedia di <http://www.jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/view/54/28>
- Sakti, B. C., Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Interaksi Online Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 6(4). Tersedia di <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>
- Samthirao, P. (2016). *Self-Concept and Interpersonal Communication*. *International Journal of Indian Psychology*, 3(6). doi: 18.01.115/20160303.
- Saputro, N. D., Suseno, M, M. (2008). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan *Employability* pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 23(2). Tersedia di [https://www.academia.edu/36333890/HUBUNGAN\\_ANTARA\\_KEPERCAYAA\\_N\\_DIRI\\_DENGAN\\_EMPLOYABILITY\\_PADA\\_MAHASISWA\\_ABSTRAK](https://www.academia.edu/36333890/HUBUNGAN_ANTARA_KEPERCAYAA_N_DIRI_DENGAN_EMPLOYABILITY_PADA_MAHASISWA_ABSTRAK)
- Sari, A. K., Hariyanto, D. (2016). Analisis Resepsi Pejabat Publik Terhadap Program Update Pagi SBO TV. *KANAL (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 4(2), 107-120. Tersedia di <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1445/972>
- Sudardjo, S., Purnamaningsih, E. H. (2003). Kepercayaan Diri dan Kecemasan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Universitas Gadjah Mada*, 30(2), 67-71. doi: 10.22146/jpsi.7025.
- Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video *Youtube 'Keong Racun' Sinta dan Jojo*. *Jurnal The Messenger*, 5(1). Tersedia di [https://www.researchgate.net/publication/321217295\\_Analisis\\_Resepsi\\_Penonton\\_Atas\\_Popularitas\\_Instan\\_Video\\_Youtube\\_Keong\\_Racun\\_Sinta\\_dan\\_Jojo](https://www.researchgate.net/publication/321217295_Analisis_Resepsi_Penonton_Atas_Popularitas_Instan_Video_Youtube_Keong_Racun_Sinta_dan_Jojo)
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada *Eternal Jewel Dance Community* Yogyakarta. *Jurnal UII*, 9(1), 71-80. doi: doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191

- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princesssyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2). Tersedia di <https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf>
- Vidyarani, T. N. (2007). Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik *The Face Shop*. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 1(2), 82-97. doi: doi.org/10.9744/scriptura.1.2.
- Watie, E. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(1). Tersedia di <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/download/270/172>
- Wiasti, N. (2010). Redefinisi Kecantikan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Perempuan Bali, Di Kota Denpasar. *Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 6(2). Tersedia di <https://ojs.unud.ac.id/index.php/piramida/article/view/3003>
- Yan, Y., Bissell, K. (2014). The Globalization of Beauty: How Is Ideal Beauty Influenced by Globally Published Fashion and Beauty Magazines?. *Journal of Intercultural Communication Research*, 43(3), 194-214. Tersedia di <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17475759.2014.917432?needAccess=true>

### **Skripsi**

- Akalili, A. (2015). *Khalayak dan Iklan Layanan Masyarakat tentang Bahaya Merokok: Analisis Resepsi Pelajar Perokok di Lingkungan Geng di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terhadap Pesan Iklan dalam Iklan Layanan Masyarakat "Berhentilah Menikmati Rokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui Televisi*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=89861&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=89861&obyek_id=4)
- Al-Ayyubi, A. (2017). *Penerimaan Mahasiswa Tentang Iklan Mars Perindo di Televisi*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.umm.ac.id/35919/3/jiptummpp-gdl-aisyalayu-49035-3-babii.pdf>
- Aulia, H. (2019). *Pemasaran Gaya Hidup Dalam Komoditas Hijab (Analisis Resepsi Followers Perempuan Pada Akun Instagram Influencer Hijab & Busana*

- @DianPelangi). (Tesis, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di Electronic Theses & Dissertations Universitas Gadjah Mada.
- Azani, N. (2014). *Women And Beauty: Penyeragaman Konsep, Dari Patriarki Hingga Globalisasi: Serta Pelanggannya Melalui “Budaya” Konsumerisme Dan Kapitalis Post Fordisme*. (Skripsi, Universitas Al-Azhar, Indonesia). [https://www.academia.edu/9435018/Women\\_and\\_Beauty\\_Penyeragaman\\_Konsep\\_si\\_Dari\\_Patriarki\\_Hingga\\_Globalisasi\\_Serta\\_Pelanggannya\\_Melalui\\_Budaya\\_Konsumerisme\\_dan\\_Kapitalis\\_Post\\_Fordisme](https://www.academia.edu/9435018/Women_and_Beauty_Penyeragaman_Konsep_si_Dari_Patriarki_Hingga_Globalisasi_Serta_Pelanggannya_Melalui_Budaya_Konsumerisme_dan_Kapitalis_Post_Fordisme)
- Bertilsson, E., Gillberg, E. (2017). *The Communicated Beauty Ideal on Social Media*. (Skripsi, Jönköping University, Swedia). Tersedia di <https://www.google.com/search?q=The+Communicated+Beauty+Ideal+on+Social+Media&aq=The+Communicated+Beauty+Ideal+on+Social+Media&aqs=chrome..69i57j69i64.758j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#>
- Britton, A. M. (2012). *The Beauty Industry’s Influence on Women in Society*. (Skripsi, Universitas New Hampshire, Amerika Serikat). Tersedia di <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=honors>
- Cano, M. (2019). *Instagram & Beauty Micro-Influencers: Strategies Of Self-Presentation Used For Personal Brand Development*. (Skripsi, University of Oregon, Amerika Serikat). Tersedia di [https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/24859/Cano\\_oregon\\_0171N\\_12450.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/24859/Cano_oregon_0171N_12450.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Difika, F. (2016). *Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*. (Skripsi, UIN Walisongo, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.walisongo.ac.id/6462/>
- Ekaningtias, Z. (2016). *Hubungan Body Dissatisfaction Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Akhir*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.umm.ac.id/43410/1/jiptummpp-gdl-zurisatie-47286-1-zurisatie.pdf>
- Febrianty, Y. (2019). *Dinamika Korban Body Shamming Dalam Memaknai Perilaku Body Shamming (Studi Netnografi Pada Dinamika Korban Body Shamming dalam Memaknai Body Shaming di Instagram)*. (Tesis, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/173901](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/173901)

- Feltman, C. (2018). *Instagram Use and Self-Objectification: The roles of internalization, comparison, appearance, commentary, and feminism*. (Skripsi, University of Tennessee, Amerika Serikat). Tersedia di [https://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5865&context=utk\\_graddis](https://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5865&context=utk_graddis)
- Hanifa, A. (2016). *Resepsi Pesan Lingkungan dalam Iklan di Media Baru (Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Lingkungan dalam Iklan Unilever Berjudul Why Bring A Child Into This World)*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/94572](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/94572)
- Harumningtyas, S. (2014). *Penggambaran Perempuan Melalui Bahasa Media Massa*. (Skripsi, Universitas Indonesia, Indonesia). Tersedia di <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-6/20404614-MK-Sekar%20Harumningtyas.pdf>
- Huda, D. (2017). *Motivasi Penggunaan Emoji Pada WhatsApp dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan*. (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia). Tersedia di [https://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL\\_D%200212033\\_DIAN%20PATRIA%20ALAN%20HUDA.pdf](https://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL_D%200212033_DIAN%20PATRIA%20ALAN%20HUDA.pdf)
- Istiqomah, A. (2014). *Regulasi Emosi Ibu Yang Mempunyai Anak Autis*. (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia). Tersedia di <http://digilib.uinsby.ac.id/526/>
- Jaduk, G. (2015). *Pemaknaan Anak Terhadap Kecantikan Putri Non Kulit Putih dalam Animasi Disney*. (Tesis, Universitas Diponegoro, Indonesia). Tersedia di [http://eprints.undip.ac.id/46921/3/BAB\\_II.pdf](http://eprints.undip.ac.id/46921/3/BAB_II.pdf)
- Kurnia, I. (2019). *Representasi Androgini pada Selebritas Mikro Instagram (Analisis Semiotika pada Konten Instagram Ilonk Sarizqi @ilonksarizqi)*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/174945](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/174945)
- Larasati, R. A. P. (2019). *Analisis Resepsi Pengikut Akun Instagram @catwomanizer Terhadap Pesan Konten Steller Virgnity*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=169384&is\\_local=1](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=169384&is_local=1)

- Maghfirah, K. (2014). *Peranan Orang Tua Dalam Pengembangan Kecerdasan Emosional dan Spiritual Anak*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Jakarta, Indonesia). Tersedia di <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/24782/1/Khairatul%20Maghfirah.pdf>
- Milatina, A. (2019). *Analisis Resepsi Audiens terhadap Citra Diri Dwi Handayani Melalui Akun Instagram @dwiandaanda*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=169286&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=169286&obyek_id=4).
- Najikh, A. H. (2016). *Penerapan Nilai Hiburan dan Pesan Dakwah bagi Audience di Program Kiswah TV9 Surabaya*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia). Tersedia di <http://digilib.uinsby.ac.id/6534/5/Bab%202.pdf>.
- Ningrum, A. O. C. (2015). *Analisis Pengamen Jalanan di Kota Surakarta (Studi Kasus Pengamen Jalanan di Surakarta)*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Tersedia di <http://eprints.ums.ac.id/34004/>.
- Nugraha, A. (2017). *Resepsi Khalayak Mengenai Pemberitaan Rizieq Shihab Terkait Chat Konten Pornografi di Instagram*. (Tesis, Universitas Diponegoro, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.undip.ac.id/59115/>
- Praditia, A. (2003). *Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia). Tersedia di <https://eprints.uny.ac.id/18100/>.
- Prahmadhani, D. T. (2007). *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*. (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia). Tersedia di [https://repository.usd.ac.id/28150/2/019114109\\_Full%5B1%5D.pdf](https://repository.usd.ac.id/28150/2/019114109_Full%5B1%5D.pdf)
- Rohmah, L. (2012). *Hubungan Antara Berfikir Positif Dengan Kepatuhan Pada Aturan: Studi Pada Santri di Pondok Pesantren Putri Al-Amanah Tambakberas Jombang*. (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia). Tersedia di [http://etheses.uin-malang.ac.id/2213/6/08410022\\_Bab\\_2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/2213/6/08410022_Bab_2.pdf)

- Rizka, M. F. (2017). *Pemanfaatan Batik Kreasi Siswa Sebagai Potensi Pengembangan Budaya di SMP Negeri 1 Sleman Tahun 2017*. (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia). Tersedia di <https://eprints.uny.ac.id/53702/>.
- Rizki, A. I. (2017). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.ums.ac.id/53768/>
- Salmadevi, N. (2019). *Peran Intensitas Penggunaan Kosmetika Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswi*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=174826&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=174826&obyek_id=4)
- Sandhy, A. (2016). *Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan Di Media Online FemaleDaily.com*. (Skripsi, Universitas Diponegoro, Indonesia). Tersedia di <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/13271>
- Susanti, B. (2014). Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film *12 Years A Slave* pada Mahasiswa Multi Etnis). (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia). Tersedia di <http://eprints.ums.ac.id/32478/16/02.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Strickland, A. (2004). *Body Image and Self-Esteem: A Study of Relationship And Comparisons Between More And Less Physically Active College Women*. (Skripsi, Universitas Florida, Amerika Serikat). Tersedia di [https://www.researchgate.net/publication/241826105\\_Body\\_Image\\_and\\_Self-Esteem\\_A\\_Study\\_of\\_Relationships\\_and\\_Comparisons\\_Between\\_More\\_and\\_Less\\_Physically\\_Active\\_College\\_Women](https://www.researchgate.net/publication/241826105_Body_Image_and_Self-Esteem_A_Study_of_Relationships_and_Comparisons_Between_More_and_Less_Physically_Active_College_Women).
- Taroreh, A. S. (2016). *Dampak Kulit Wajah Berjerawat Terhadap Rasa Kepercayaan Diri Dalam Bidang Penawaran Jasa Mahasiswa Pendidikan Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang*. (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia). Tersedia di <https://lib.unnes.ac.id/28381/>
- Tita, R. (2016). Optimisme Pada Penderita Kanker Serviks di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo Purwokerto. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia). Tersedia di <http://repository.ump.ac.id/2918/>

- Wesson, C. J. (2005). *The Communication And Influence Of Confidence And Uncertainty*. (Skripsi, Universitas Leicester, Inggris). Tersedia di <https://www.le.ac.uk/pc/bdp5/Cari's%20Thesis.pdf>
- Wirata, M. (2018). *Perancangan Kampanye Meningkatkan Kepercayaan Diri Perempuan Terhadap Pengaruh Beauty Standards*. (Skripsi, Universitas Telkom, Indonesia). Tersedia di <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/144953/perancangan-kampanye-meningkatkan-kepercayaan-diri-perempuan-terhadap-pengaruh-beauty-standards.html>
- Wulaning, R. (2013). *Makna Cantik Bagi Wanita (Studi tentang Pemaknaan Wanita Konsumen Natasha Mengenai Kecantikan)*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia). Tersedia di [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=64635](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=64635)

### **Website**

- Aslam, S. (2018). *Instagram by Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*. Diakses pada (22/11/2019). Tersedia di <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Atanasova, A. (2016). *Emojis: Why We Love Them So Much and What They Mean*. Diakses pada (15/05/2020). Tersedia di <https://www.socialmediatoday.com/social-networks/emojis-why-we-love-them-so-much-and-what-they-mean-0>
- Bertine, T. (2019). *Instagram Ideals: How Social Media Has Worsened Unrealistic Beauty Standards*. Diakses pada (21/07/2020). Tersedia di <https://woodsidepawprint.com/culture/2019/03/01/instagram-ideals-how-social-media-has-worsened-unrealistic-beauty-standards/>
- Bintari, N. R. (2017). *Merekonstruksi Persepsi Cantik*. Diakses pada (03/12/2019). Tersedia di <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/merekonstruksi-persepsi-cantik/>
- Clement, J. (2019). *Instagram: Distribution of Global Audiences 2019, By Age Group*. Diakses pada (07/09/2019). Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>

- Clement, J. (2019). *Instagram: Distribution of Global Audiences 2019, By Gender*. Diakses pada (07/09/2019). Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagram-worldwide-gender/>
- Clement, J. (2020). *Countries With The Most Instagram Users 2020*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Clement, J. (2020). *Instagram: Distribution Of Global Audiences 2020, By Age and Gender*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
- Constine, J. (2018). *Instagram Hits 1 Billion Monthly Users, Up From 800M in September*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di <https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/?guccounter=1>
- Databoks. (2018). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?*. Diakses pada (07/09/2019). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- DeMers, J. (2017). *Why Instagram Is The Top Social Platform Engagement*. Diakses pada (22/11/2019). Tersedia di <https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2017/03/28/why-instagram-is-the-top-social-platform-for-engagement-and-how-to-use-it/#585d03e036bd>
- Desreumaux, G. (2014). *The Complete History of Instagram*. Diakses pada (22/11/2019) Tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>
- Globalization101. (2008). *Is Beauty Globalized?*. Diakses pada (04/02/2020). Tersedia di <https://www.globalization101.org/is-beauty-globalized-2/>
- Dyah, M. (2020). *Percaya Diri VS Narsis: Pahami Perbedaannya Agar Tidak Salah Duga*. Diakses pada (12/03/2020). Tersedia di <https://www.idntimes.com/science/discovery/dyah/percaya-diri-vs-narsis-pahami-perbedaannya-agar-tidak-salah-duga-c1c2/3>
- Emojipedia.org
- Febriani, G. (2019). *Kisah Inspiratif Selebgram #pejuangjerawat Yang Tiap Hari Jerawatan*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di

<https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4760633/kisah-inspiratif-selebgram-pejuangjerawat-yang-tiap-hari-jerawat>

Good Therapy. (2017). *Love*. Diakses pada (15/05/2020). Tersedia di <https://www.goodtherapy.org/blog/psychpedia/love>

Hern, A. (2018). *Instagram Is Supposed To Be Friendly. So Why Is It Making People So Miserable?*. Diakses pada (21/07/2020). Tersedia di <https://www.theguardian.com/technology/2018/sep/17/instagram-is-supposed-to-be-friendly-so-why-is-it-making-people-so-miserable>

Ho, C. (2019). *Decoding The Instagram Beauty Standard*. Diakses pada (27/01/2020). Tersedia di <https://www.blogilates.com/decoding-the-instagram-beauty-standard/>

Janti, N. (2019). *Putih Jelita Era Belanda*. Diakses pada (25/01/2020). Tersedia di <https://historia.id/kultur/articles/putih-jelita-era-belanda-PdjR3>

Juniman, P. (2019). *Dilema Beauty 4.0, Saat Standar Cantik Ada di Tangan Netizen*. Diakses pada (27/01/2020). Tersedia di <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190216095625-277-369797/dilema-beauty-40-saat-standar-cantik-ada-di-tangan-netizen>

Kallas, P. (2018). *Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps*. Diakses pada (22/11/2019). Tersedia di <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>

Kebaya Indonesia. (2019). *Cut Rizki Vhonsana Mahasiswi Beauty Influencer*. Diakses pada (13/02/2020). <https://www.kebayaindonesia.net/blog/2019/10/09/cut-rizki-vhonsana-mahasiswi-beauty-influencer/>

MacMillan, A. (2017). *Why Instagram Is The Worst Social Media For Mental Health*. Diakses pada (21/07/2020). Tersedia di <https://time.com/4793331/instagram-social-media-mental-health/>

Marwan, I. (2018). *Hati-hati Terkena Depresi Akibat Merasa Kurang Cantik!*. Diakses pada (04/02/2020). Tersedia di <https://womantalk.com/beauty/articles/hati-hati-terkena-depresi-akibat-merasa-kurang-cantik-D5lZb>

Medium. (2019). *Siapa yang Tidak Mau Menjadi Cantik?*. Diakses pada (04/02/2020). Tersedia di <https://medium.com/@onwomen.id/siapa-yang-tidak-mau-menjadi-cantik-1927ab8715ab>

- Miu, L. (2014). *Whick One is More Important? Inner Beauty or Outer Beauty?*. Diakses pada (15/05/2020). Tersedia di <https://www.carmelss.edu.hk/buddingwriters/archives/1848>
- Mohsin, M. (2020). *10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2020 (Infographic)*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>
- Neff, Kristin. (2016). *Self-Appreciation: The Flip Side of Self-Compassion*. Diakses pada (15/03/2020). Tersedia di <https://self-compassion.org/self-appreciation-the-flip-side-of-self-compassion/>
- Obiora, N. (2019). *The Dark Side of Social Media; How Unrealistic Beauty Standards Are Causing Identity Issues*. Diakses pada (26/01/2020). Tersedia di <https://www.pulse.ng/lifestyle/beauty-health/the-dark-side-of-social-media-how-unrealistic-beauty-standards-are-causing-identity/hv4tffb>
- Papa Semar. (2016). *Mengapa Banyak Orang Suka Menggunakan Emoji Dalam Percakapan di Internet?*. Diakses pada (16/05/2020). Tersedia di <http://papasemar.com/mengapa-banyak-orang-suka-menggunakan-emoji-dalam-percakapan-di-internet/>
- Putri, A. (2019). *Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 61 Juta*. Diakses pada (13/02/2020). Tersedia di <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0T/full>
- Rizky. (2019). *Arti Probabilitas Subjektif*. Diakses pada (23/11/2019). Tersedia di <https://lektur.id/arti-probabilitas-subjektif/>
- Suharyanto, A. (2016). *12 Hubungan Kecerdasan Emosional dengan Kepercayaan Diri*. Diakses pada (11/03/2020). Tersedia di <https://dosenpsikologi.com/hubungan-kecerdasan-emosional-dengan-kepercayaan-diri>
- Tashandra, N. (2019). *Medsos Pengaruhi Pandangan Soal Kecantikan Diri*. Diakses pada (04/02/2020). Tersedia di <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/02/12/163623120/medsos-pengaruh-pandangan-soal-kecantikan-diri?page=all>
- Wahyuni. (2014). *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*. Diakses pada (24/11/2019). Tersedia di <https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam/>



**Kepercayaan Diri Perempuan Dalam Komunitas Instagram: Analisis Pesan Instagram @crvhons dan Resepsi Komunitasnya**

SHAFFA TASYANI R, Dr. Dian Arymami, S.IP., M.Hum.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>