

## Daftar Pustaka

- Ambar Lukitaningsih. 2013. "Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran." 13: 116–29.
- Anna Kelsey Sugg. 2018. "We Asked Experts Where Beauty Ideals Come from. They (Mostly) Disagreed." <https://www.abc.net.au/news/2018-09-12/who-decides-what-beauty-is/10177538>.
- Dea Farahdiba. 2020. "Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi." Vol.8. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna%0A>  
DOI:<http://dx.doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38>.
- Dianawanti, Vinsensia. 2021. "Survei Sebut Pria Lebih Rajin Pakai Skincare Di Masa Pandemi COVID-19."
- Frederick, David, and Mega Forbes. 2015. "Standar Kecantikan." : 1–5.
- Hadi, Ido Prijana. 2010. "Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis." *Scriptura* 3(1).
- Hendariningrum, Retno, and M. Edy Susilo. 2008. "Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi." *Ilmu Komunikasi* 6(2): 26. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>.
- Indah, Dewi Rosa, and Zenitha Maulida. 2017. "Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild Di Kota Langsa)." *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)* 1.
- Jensen, Klaus Bruhn, and Karl Erik Rosengren. 1990. "Five Traditions in Search of the Audience." *European Journal of Communication*: 33.
- John Fiske. 1987. *Television Culture*. London, New York: Methuen.
- John Storey. 2010. *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. Third. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Kurniawan, Cheryl Corina, and Indiwanto Wahjuwibowo. 2021. "MITOS KECANTIKAN LAKI-LAKI DALAM IKLAN LANEIGE HOMME FT. PARK SEO JOON: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES."
- Mardiana, Siska. 2013. "Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen." *Jurnal Komunikasi* 2(2): 40–46.
- Nickolay Lamm. 2018. "Male Body Ideals Through Time." <https://lammily.com/magazine/male-body-ideals-through-time/>.
- Noviantari, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Nurazizah, Retna Sari. 2017. "Analisis Resepsi Pada Channel Game Reza Oktovian." Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2021. *NMetode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. kedua. Bandung: ALFABETA, cv.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang:

- Kelompok Intrans Publishing.
- Purnama, Fransisca, and Rico Huang. *Jago Jualan Di Instagram*. PT. Alona Indonesia Raya.
- Ratnasari, Carolina. 2012. "Motivasi Perilaku Merawat Diri Pada Laki-Laki."
- Rofi, Setyo Eka, and Wiwid Noor Rakhmad. 2020. "Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Gaming 'Kimi Hime.'" 8: 75–82.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28769>.
- Rulam Ahmadi. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. I. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Samiaji Sarosa. 2021. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. 5th ed. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Saraswati, L. Ayu, and Ninus D. Andarnuswari. 2019. *Putih: Warna Kulit, Ras, Dan Kecantikan Di Indonesia Transnasional*. Tangerang: Marjin Kiri.
- Setiadi, Ahmad. 2016. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." 16(1).
- Simanjuntak, Tertiani ZB. 2014. "Chasing the Quintessential Indonesian Beauty." <https://www.thejakartapost.com/news/2014/09/21/chasing-quintessential-indonesian-beauty.html>.
- Triswidiastuty, Syifa, and Yohanis Franz La Kahija. 2015. "Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual." *Jurnal EMPATI* 4(2): 58–64.
- Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. 6th ed. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Zuhroh, Si. 2018. "106806-ID-Pengaruh-Promosi-Di-Media-Sosial-Dan-Wor."

Hanya 37% Laki-laki Indonesia yang Menggunakan Sabun Cuci Muka Setiap Hari (katadata.co.id)

<https://lammily.com/magazine/male-body-ideals-through-time/>.

<https://www.thejakartapost.com/news/2014/09/21/chasing-quintessential-indonesian-beauty.html>

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia> (diakses pada 7 Oktober 2022)

<https://www.marketeers.com/sukses-pasarkan-produknya-ms-glow-selalu-melihat-tren> (diakses pada bulan agustus 2022)

<https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/5e9a55215fcd7/instagram-klaim-70-pengguna-akun-bisnisnya-serap-tenaga-kerja> (diakses pada Oktober 2022)

<https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/537287/hanya-30-pria-indonesia-berani-mengaku-ganteng>