

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baran, Stanley J.. (2014). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. Mc Graw Hill
- Chalil, Rifyal D., dkk.. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding “Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Raja Grafindo Persada.
- Clow, K. E. & Baack, D.. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Pearson
- Creswell, J. W. & Poth, C. N.. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design*. SAGE
- Devito, J. A.. (2013). *The Interpersonal Communication Book 13th ed.*. Pearson
- Hardani, dkk.. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu
- Keller, K. L.. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson
- Pelsmacker, P., dkk.. (2013). *Marketing Communications A European Perspective*. Pearson
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta
- Wesifx, Tim. (2017). *Branding Itu “Dipraktikin”*. Grasindo

Jurnal:

- Bantilan, D. S. I., dkk.. (2017). Strategi *Rebranding* Zora Radio. Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 2(1) 1-12.
<https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.12110>
- Hanafi, A. & Wahab, Z.. (2016). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung serta Dampaknya pada Keputusan Perpanjangan Sewa Penyewa Kios di Palembang Square Mall (PS Mall). Jurnal Manajemen, 20(3) 488-506.
<https://www.neliti.com/id/publications/114282/pengaruh-komunikasi-pemasaran-terpadu-terhadap-keputusan-pembelian-pengunjung-se#cite>

- Indika, D. R. & Dewi, W.. (2018). Analisis *Rebranding* untuk Membentuk *Favorable Brand Image* pada Radio Play 99ers. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 15(2) 121-135. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>
- Ishanan. (2020). Iklan Kecantikan dan Diskriminasi terhadap Kulit Hitam (Studi Iklan *Rexona Women Whitening*). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1) 17-26. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i1.2958>
- Istiqomah, S. A.. (2014). Strategi *Rebranding* Hotel The Royal Surakarta Heritage (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Rebranding* Hotel The Royal Surakarta Heritage). Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/37063/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Kurnianti, A. W.. (2017). Komunikasi Pemasaran Transpostasi *Online* NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 1(1) 69-84. <http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v1i1.392>
- Mekarisce, A. A.. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3) 145-151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Muzellec, L., dkk.. (2003). *Corporate Rebranding: An Exploratory Review*. *Irish Marketing Review*, 16(2) 31-42. https://www.academia.edu/1461036/Corporate_rebranding_an_exploratory_review
- Muzellec, L. & Lambkin, M.. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity?. *European Journal of Marketing*, 40(7/8)803-824. <http://dx.doi.org/10.1108/03090560610670007>
- Prihatsanti, U., dkk.. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi* 26(2) 126-136. <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/38895/pdf>
- Putri, F.A., dkk.. (2018). Proses *Rebranding* Mal Grand Indonesia Oleh Departemen *Marketing Communication* PT Grand Indonesia. *Profesi Humas: Jurnal Ilmu Ilmiah Hubungan Masyarakat*, 2(2) 102-118. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.9063>
- Rohmah, C. & Huda, M. H. Z.. (2020). Representasi Supremasi Kulit Putih bagi Perempuan dalam Produk Iklan sebagai Standar Kecantikan. *Academica:*

- Journal of Multidisciplinary Studies, 4(1) 55-80.
<http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica/article/view/3156>
- Soegiarto, A. & Alpionita, F.. (2019). *Rebranding* LPP TVRI Melalui Logo Baru. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2) 205-221.
<https://doi.org/10.21009/Communicology.012.07>
- Soenaryo, E. T., dkk.. (2019). *Against All Odds* (Pergeseran Standar Kecantikan Dalam Iklan Korporat “*Real Beauty*” Dove). *Jurnal Lontar*, 7(2) 2-16. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/2046>
- Sumiyati, dkk.. (2019). Strategi *Public Relations* dalam *Rebranding* Bekasi Square menjadi Revo Town. *Jurnal Lugas*, 3(2) 110-118.
<https://doi.org/10.31334/lugas.v3i2.711>
- Supriyadi, dkk.. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1) 135-144.
<https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Sukisman, J. M. & Utami, L. S. S.. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan. *Koneksi*, 5(1) 67-75.
<http://dx.doi.org/10.24912/kn.v5i1.10150>
- Wardhani, B., dkk.. (2018). *Colorism, Mimicry, and Beauty Construction in Modern India*. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(2) 235-246.
<https://doi.org/10.18196/hi.62118>

Skripsi:

- Maula, M. C.. (2019). *Pendekatan Halal Supply Chain Management pada Pelabuhan Perikanan Nusantara Brondong-Lamongan*. (Skripsi). Diakses dari <http://eprints.umg.ac.id/3050/4/fix%20bab%203.pdf>
- Wicaksono, T. E.. (2020). *Kontribusi Retribusi Rumah Potong Hewan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jombang*. (Skripsi). Diakses dari <https://repository.stiedewantara.ac.id/1164/5/BAB%20III.pdf>

Website:

@glowandlovely_id. Foto Profil Instagram. Diakses dari http://instagram.com/glowandlovely_id?igshid=YmMyMTA2M2Y=

@dionsubiakto. Foto Profil Instagram. Diakses dari <http://instagram.com/dionsubiakto?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

@vira.annisa. Postingan Instagram. Diakses dari <http://instagram.com/vira.annisa?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Anonim. Fair & Lovely. Diakses dari <https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/day-cream/fair-lovely/krim-pencerah-harian?tab=reviews>

Anonim. Glow & Lovely. Diakses dari <https://www.unilever.co.id/brands/beauty-personal-care/glow-lovely/>

Anonim. Mengenal L'Oréal Groupe. Diakses dari <https://www.loreal.com/id-id/indonesia/>

Hafadzoh, S.. (2020, Juni 30). Tolak Rasisme, Produk Kosmetik Hapus Kata 'Memutihkan' dan 'Mencerahkan'. Diakses dari <https://www.haibunda.com/moms-life/20200630091419-72-148972/tolak-rasisme-produk-kosmetik-hapus-kata-memutihkan-dan-mencerahkan>

Jaramaya, R. & Aini, N.. (2020, Juni 26). Unilever Hapus kata *Fair* dalam Produk Fair & Lovely. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qcixfb382/unilever-hapus-kata-fair-dalam-produk-fair-lovely#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2C%20MUMBAI,prasangka%20rasial%20dalam%20produk%20tersebut.>

McEvoy, J.. (2020, Juli 2). *Critics Slam Unilever Rebrand Of 'Fair & Lovely' Skin Lightener As 'Glow & Lovely'*. Diakses dari <https://www.forbes.com/sites/jemimamcevoy/2020/07/02/critics-slam-unilever-rebrand-of-fair--lovely-skin-lightener-as-glow--lovely/?sh=43ae3e9a4b7a>

Tantri. (2020, Juli 4). L'Oreal Resmi Hapus Kata *Whitening* dan Turunannya dari Produk. Diakses dari <https://www.merdeka.com/gaya/loreal-resmi-hapus-kata-whitening-dan-turunannya-dari-produk.html>

Video:

Chan, H.. (2022, Maret 4). Glow & Lovely • Hijab Putih • Jessica Mila • TVC Edisi Ramadhan 2022 • Iklan Indonesia 30 sec [Video]. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=To4MgJR9hsY&t=0s>