

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, S. A. C., Putri, A. S., & Hamidah, N. S. (2024). Makna make up sebagai self healing perempuan. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 937–949.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- DH, A. G. (2023, November). Dampak standar kecantikan bagi perempuan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 1440–1448.
- Muayyanah, F., Khuzaemah, E., & Mulyaningsih, I. (2022). Celaan fisik pada film Imperfect karya Ernest Prakasa (Kajian mitos kecantikan Naomi Wolf). *Medan Makna: Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan*, 20(1), 85–103.
- Nabila, S., & Selian, S. N. (n.d.). Makna penggunaan make-up dengan tingkat kepercayaan diri pada wanita.
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi standar kecantikan wanita di media sosial Instagram@ springsummerstyle. *Koneksi*, 7(1), 248-255.
- Maharani, A. P. (2025). PERGESERAN MAKNA CANTIK ALA TASYA FARASYA MELALUI INFLUENCER DAN KONSUMEN PEREMPUAN DI MEDIA SOSIAL (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Puteri, S. F., & Listiyandini, R. A. (2016). Hubungan antara body image dengan self esteem pada remaja putri. *Jurnal Psikogenesis*, 4(1), 45–56.
- Fitrianingsih, A., & Hermawan, R. (2025). Analisis sosiologi standar kecantikan global pada perempuan generasi Z di Indonesia. *Jurnal Bersama*, 1(1), 20-35.

Putri, D. N. A. (2024). *Hubungan self-esteem terhadap fungsi psikologis make-up seduction dan camouflage pada mahasiswi usia emerging adulthood* [Doctoral dissertation, Universitas Airlangga]. Repositori Universitas Airlangga.

Putri, N. A., & Rahmawati, L. (2025). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan Scarlett AHA Body Serum. *Basataka: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(1), halaman.

Rahma, N. S., Prastiwi, F. L., Rosadah, A., Almaaidah, W. A., Putri, N. N., & Maghfiroh, A. (2026). Makeup sebagai bentuk ekspresi dan kepercayaan diri. *Educatoria: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 245–251.

Wiranata, C. D. (2018). Hubungan antara self-esteem dan fungsi psikologis make-up pada model. *Calyptra*, 6(2), 1654–1671.

Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). The Guilford Press.

Kurniawan, A. R., Chan, F., Abdurrohim, M., Wanimbo, O., Putri, N. H., Intan, F. M., & Samosir, W. L. S. (2019). Problematika guru dalam melaksanakan program literasi di kelas IV Sekolah Dasar. *Edustream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 31–37.

Prahasti, R., & Zahwa, A. (2025). An audience perception analysis of face filters on TikTok media: Hyperreality and digital beauty standards. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 15–23.

Elias, A., Gill, R., & Scharff, C. (Eds.). (2017). *Aesthetic labour: Rethinking beauty Politics in neoliberalism*. Palgrave Macmillan.

Iqbal, A. (2022). *The cultural politics of femvertising: Selling empowerment*. Palgrave Macmillan.

Safeer, A. A. (2024). Harnessing the power of brand social media marketing on consumer online impulse buying intentions: A stimulus-organism-

response framework. *Journal of Product & Brand Management*, 33(5), 533–544.