

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, C. R., & Susilo, D. (2023). Endorser, influencer, *Instagram*: imaji konsumsi di era digital. Indomedia Pustaka.
- Angelia, C. R. (2021). Artificial Consumption Needs through Social Media Account: Semiotic Study in The Endorser's Photos on *Instagram*, *Ultimacomm*, 13(1), 1-22. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1527>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 132, 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.067>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Christian Schimmelpfennig (2018) Who is the Celebrity Endorser? A Content Analysis of Celebrity Endorsements, *Journal of International Consumer Marketing*, 30:4, 220-234, DOI: [10.1080/08961530.2018.1446679](https://doi.org/10.1080/08961530.2018.1446679)
- Conde, R., & Casais, B. (2023). Micro, macro and mega-influencers on *Instagram*: The power of persuasion via the parasocial relationship. *Journal of business research*, 158, 113708.
- Harpono, G., & Tamburian, H. D. (2021). Analisis Semiotika Representasi Laki-laki Metroseksual dalam Video Musik Seventeen “Thanks”. *Koneksi*, 5(2), 434-441.
- Irawati, D., Natsir, N. F. ., & Haryanti, E. . (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam”. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870-880. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i8.358>
- Ismail, R. I., & Yuliana, N. . (2023). Peranan Aplikasi *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun *Instagram @Disko_51* Di Kota Serang). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 874–886. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1280>
- Kemp, S. (2023, February 9). DIGITAL 2023: INDONESIA. [datareportal.com](https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia). <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Limanseto, H. (2024, February 3). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. [ekon.go.id](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Lynn-Sze, J. C., & Kamaruddin, A. Z. L. I. N. A. (2021). Online opinion leaders in the health promotion digital era. *Jurnal Komunikasi, Malaysian J. Commun.*, 37(4), 295-309.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.

- Mu'izzah, A. U. T., Jannati, T., & Alhasbi, F. (2024). Representasi Pria Metroseksual dalam Iklan Barenbliss Bloom My Way With Gabriel Prince. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 2(1), 1-12.
- Putranto, T. D., Sugihartati, R., Isnaini, S., Widodo, S., & Garcia, E. M. A. (2021). Discourse of Indonesian men's body fight in men's fitness contest. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(1), 019-030.
- Putri, K. A., & Pramiyanti, A. (2022). Perubahan Makna Maskulinitas Dalam Iklan Ms Glow for Men (Analisis Semiotika John Fiske). *eProceedings of Management*, 9(6).
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif - Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahmawati, S. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 1(1).
- Rahmawati, G. D., & Suratnoaji, C. (2023). Studi Semiotika Representasi Kecantikan Perempuan dalam Serial Drama Guillermo Del Toro's Cabinet of Curiosities. *JIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6589-6595.
- Raemon, R., Laxmi, L., & Wildayanti, R. (2022). GAYA HIDUP PRIA METROSEKSUAL: pada 9 pria Metro seksual di Kota Kendari. *KABANTI: Jurnal Kerabat Antropologi*, 6(1), 163-174.
- Rietveld, R., Van Dolen, W., Mazloom, M., & Worrying, M. (2020). What you feel, is what you like influence of message appeals on customer engagement on *Instagram*. *Journal of Interactive Marketing*, 49(1), 20-53.
- Sahidan, A. P. (2023). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NILAI MASKULINITAS BARU DALAM IKLAN KOSMETIK KHUSUS PRIA. *The Commercium*, 6(3), 83-91.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook* (2nd Edition). Pearson Financial Times.
https://pubhtml5.com/tzhm/hint/Consumer_Behaviour_Schiffman%2C_Kanuk%2C_Hansen/
- Sobur, A. (2020). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syifa Renada Lubis. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Produk Fashion Momkiee Boutique. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(3), 424-427. Retrieved from <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/772>
- Utami, D. G., & Widiarti, P. W. (2022). Analisis Semiotika Representasi Laki-laki Metroseksual Pada Iklan Scarlett Whitening Versi Song Joong Ki di Instagram. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3).

Widi, S., & Bayu, D. (2023, February 3). *Pengguna Media sosial di indonesia sebanyak 167 Juta Pada 2023*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Widuhung, S. M., & Sartika, R. (2022). *Tren Penggunaan Endorser Laki-laki Dalam Iklan Kecantikan (Kajian Semiotika Iklan Nature Republic Versi EXO)*. *JPR*, 3(1), 1-8.

Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.

Zap Clinic (2024, February 3). ZAP Beauty Index 2024 dan MEN/O/LOGY Index. <https://zapclinic.com/article/zap-beauty-index-2024-dan-men-o-logy-index>

