



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN  
DALAM IKLAN TV KOSMETIK EMINA  
BRIGHT STUFF SERIES**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**Gita Milenovia**  
**(NIM: 04040520114)**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2024

**PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN  
OTORITAS PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gita Milenovia

NIM : 04040520114

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan sesungguhnya skripsi yang berjudul “Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan TV Kosmetik Emina Bright Stuff Series” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 10 Desember 2023

Yang membuat pernyataan

  
Gita Milenovia

NIM 04040520114

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Gita Milenovia  
NIM : 04040520114  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Studi : Representasi Kecantikan Perempuan  
Dalam Iklan TV Kosmetik Emina  
*Bright Stuff Series*

Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan untuk diujikan

Surabaya, 11 Desember 2023

Menyetujui

Dosen Pembimbing



**Dr. Hj. Lilik Hamidah S.Ag, M.Si**

**NIP. 197312171998032002**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan TV Emina  
Bright Stuff Series

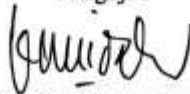
**SKRIPSI**

Disusun oleh Gita Milenovia

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata  
Satu pada tanggal 02 Januari 2024

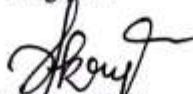
Tim Penguji

Penguji I



Dr. Hj. Lilik Hamidah,  
S.Ag, M.Si  
NIP. 197312171998032002

Penguji III



Dr. Fikry Zahria  
Emeraldien, S.I.Kom.,  
M.A.  
NIP. 198908282020122016  
Penguji IV

Penguji II



Dr. Moch Choirul Arif,  
M.Fil.I  
NIP. 19711017199803100



Imam Maksum, S.Ag.,  
M.Ag  
NIP. 197306202006041001



Surabaya,  
Jember,

Moch Choirul Arif, M.Fil.I  
NIP. 19711017199803100

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah mi, saya:

Nama : Gita Milenovia.....  
NIM : 04040520114.....  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi.....  
E-mail address : gmilenovia@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN TV KOSMETIK EMINA

BRIGHT STUFF SERIES

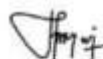
berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Maret 2024

Pemulis



( Gita Milenovia )

## ABSTRAK

Gita Milenovia, 04040520114, 2023. Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan TV Emina Kosmetik Bright Stuff Series

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kecantikan perempuan dalam iklan TV yang diproduksi oleh merek kosmetik Emina. Metode analisis kualitatif dan dianalisis menggunakan Analisis Semiotika model Roland Barthes untuk mengeksplorasi bagaimana kecantikan perempuan direpresentasikan dalam iklan TV tersebut, termasuk penggunaan citra, narasi, dan pesan yang disampaikan.

Data dikumpulkan melalui pengamatan mendalam terhadap iklan TV kosmetik Emina Bright Stuff Series dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan teori representasi, temuan penelitian menggambarkan pola-pola representasi kecantikan perempuan dalam iklan TV tersebut dan menyoroti bagaimana penggunaan citra, narasi, dan pesan dapat memengaruhi persepsi terhadap kecantikan perempuan dalam konteks periklanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa scene pada iklan tersebut yang merepresentasikan kecantikan wanita. Diantaranya adalah kecantikan lahir dari merawat diri, kecantikan identik dengan fitur wajah yang sempurna, kulit putih menjadi standar kecantikan, dan kecantikan menghasilkan kebahagiaan.

Kata kunci : *Representasi, Kecantikan perempuan, Iklan tv, Emina kosmetik*

## ABSTRACT

Gita Milenovia, 04040520114, 2023. Female Beauty Representation In TV Advertising Emina Cosmetics Bright Stuff Series

The study aimed to analyze the representation of female beauty in TV commercials produced by cosmetics brand Emina. The qualitative and analytical method used Roland Barthes' semiotic Analysis model to explore how female beauty is represented in the TV commercial, including the use of imagery, narration, and messages conveyed.

The data was collected through in-depth observations of Emina's cosmetic TV commercial Bright Stuff Series and analyzed using a representation theory approach, the research findings illustrate the patterns of female beauty representation in TV commercials and highlight how the use of imagery, narratives and messages can influence perceptions of female beauty in the context of advertising.

The results of this research show that there are several scenes in the advertisement that represent women's beauty. Among them are that beauty is born from taking care of oneself, beauty is synonymous with perfect facial features, white skin is the standard of beauty, and beauty produces happiness.

Keywords: *Representation, Female beauty, Tv advertising, Emina cosmetics*

## ملخص

ميلينوفيا، 04040520114 ، 2023. أنثى الجمال التمثيل في التلفزيون الإعلان  
إيمينا مستحضرات التجميل برأيت الأشياء سلسلة

هدفت الدراسة إلى تحليل تمثيل الجمال الأنثوي في الإعلانات التلفزيونية التي تنتجها العلامة التجارية لمستحضرات التجميل إيمينا. استخدمت الطريقة النوعية والتحليلية نموذج التحليل السيميائي لروланд بارتس لاستكشاف كيفية تمثيل جمال الأنثى في الإعلان التلفزيوني، بما في ذلك استخدام الصور والسرد والرسائل المنقولة

تم جمع البيانات من خلال ملاحظات متعمقة للإعلان التلفزيوني التجميلي لشركة Emina Bright Stuff Series وتم تحليلها باستخدام نهج نظرية التمثيل، توضح نتائج البحث أنماط تمثيل الجمال الأنثوي في الإعلانات التلفزيونية وتسلط الضوء على كيفية تأثير استخدام الصور والروايات والرسائل على تصورات جمال الإناث في سياق الإعلان.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن هناك العديد من وجهات النظر العميقة حول بناء أيديولوجية النوع الاجتماعي في وسائل الإعلام الإعلانية. يساهم هذا البحث في فهم كيفية تمثيل جمال الأنثى في الإعلانات التلفزيونية التجميلية ، ويعد بمساحة لمزيد من التفكير في محاولة لفهم دور وسائل الإعلام في تشكيل بناء الجنس والهوية الأنثوية في الداخل المجتمع.

الكلمات الرئيسية: تمثيل، جمال الأنثى، الإعلان التلفزيوني، مستحضرات التجميل إيمينا

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN (SAMPUL)	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
MOTTO DAN PERESEMBAHAN.....	ii
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN.....	iv
OTORITAS PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vii
ملخص.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konsep.....	8
1. Representasi kecantikan perempuan.....	8
2. Iklan Televisi.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN TEORITIK.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14

1. Televisi Sebagai Media Massa .....	14
2. Pesan Komunikasi Massa .....	17
B. Kajian Teori.....	26
C. Kerangka Pikir Penelitian .....	30
D. Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Perspektif Islam .....	33
E. Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III .....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	41
B. Unit Analisis Data .....	41
C. Jenis Dan Sumber Data .....	42
D. Tahap-tahap Penelitian .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisis Data .....	45
BAB IV .....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	48
1. Profil Perusahaan.....	48
2. Sinopsis Iklan Emina Bright Stuff.....	53
B. Penyajian Data .....	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	68
1. Analisis Prespektif Teori .....	68
2. Analisis Prespektif Islam.....	79
BAB V.....	83

PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan .....	83
B. Rekomendasi.....	84
C. Keterbatasan Penelitian.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	xii



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	33
---------------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 1 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	46
Gambar 4 1 Logo Emina .....	48



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Adiyana, 'Perempuan Dan Literasi Di Era Digitalisasi', *AL-WARDAH: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 15.2 (2021), 251–61
- Alfiyyah, Nasywa, Hari Setyowibowo, and Fredrick Dermawan Purba, 'Gambaran Citra Tubuh Remaja Perempuan Indonesia', *Psyche 165 Journal*, 2023, 14–19
- Al-Humairah, Widiyah Mutmainnah, Retnowaty Retnowaty, and Indah Ika Ratnawati, 'Tindak Tutur Pada Iklan Produk Kecantikan Di Televisi Swasta', *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 4.2 (2020), 269–77
- Ali, Moondore Madalina, 'Analisis Isi Iklan Televisi Di Indonesia', *Humaniora*, 5.2 (2014), 766–76
- Alka Bintaya, Choirunnisa, 'Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Dalam Iklan Wardah Feel the Beauty (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce)', 2022
- Andreas, Rino, 'Konstruksi Kecantikan Dalam Akun Instagram@ Ugmcantik', 2019
- Andrianto, Novan, 'Pesan Kreatif Iklan Televisi Dalam Bulan Ramadan: Analisis Semiotika Iklan Bahagiannya Adalah Bahagiaku', *Jurnal Studi Komunikasi*, 2.1 (2018), 17–31
- Anggraini, Purwati, 'Citra Tokoh Perempuan Dalam Cerita Anak Indonesia (Sebuah Pendekatan Kritik

Feminisme)', *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 2.1 (2016), 67–76

Aprilita, Dini, 'Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun@ Mostbeautyindo,@ Bidadarisurga, Dan@ Papuan\_girl)', *Paradigma*, 4.3 (2016)

Astuti, Dwi Puji, and Donant Alananto Iskandar, 'Pengaruh Media Sosial Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Promosi Produk Kosmetik Di Jakarta', *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8.4 (2022), 4689–97

Bahtar, Bahtar, 'Eksplorasi Wanita Di Media Massa (Perspektif Teori Sosial Dan Komunikasi Islam)', *HUNAF: Jurnal Studia Islamika*, 3.3 (2006), 275–86

Basir, Nur Sabrina Dewi, Salsabilla Liesvarastranta Tsalatsa, and Makhrus Tri Kresna, 'Persepsi Wanita Dalam Menentukan Standar Kecantikan Di Tiktok Dan Instagram', 2022, 1, 566–75

Bella, Nadira Salsa, Valentina Meida Ardita Maharani, and Ali Nurdin, 'Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Pada Iklan Media Sosial', *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5.1 (2024), 68–88

Djamereng, Asni, 'Analisis Semiotika Pada Iklan Di Televisi (Iklan Wardah Dan Iklan Total Almeera)', 2018

Esandra, Helena, 'Pengaruh Elektronik Word of Mouth Oleh Beauty Vlogger Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kosmetik Emina Pada Mahasiswa Universitas Bangka Belitung (UBB)', 2021

- Faisal, Muhammad, 'Paragon Master Class: Operational Excellence For Innovative And Purposeful Bussines', 2022
- Fawziyyah, Safynatul, and B Wahyudi Joko Santoso, 'Implikatur Percakapan Pada Iklan Kosmetik Di Televisi: Kajian Pragmatik', *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6.3 (2017), 323–30
- Garcia, Giorgiana, and Septia Winduwati, 'Representasi Standar Kecantikan Wanita Di Media Sosial Instagram@ Springsummerstyle', *Koneksi*, 7.1 (2023), 248–55
- Ginting, Stefany, Sunarto Sunarto, and Lintang Ratri Rahmiaji, 'Representasi Standardisasi Kecantikan Wanita Dalam Film "I Feel Pretty (2018)"', *Interaksi Online*, 10.2 (2022), 91–101
- Gultom, Amry Daulat, 'Digitalisasi Penyiaran Televisi Di Indonesia', *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16.2 (2018), 91–100
- Gunawan, Fitri Anggraini, 'Analisi Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2.1 (2014), 1–14
- Hadi, Ido Prijana, Megawati Wahjudianata, and Inri Inggrit Indrayani, 'Komunikasi Massa', *KOMUNIKASI MASSA*, 2020
- Hidayat, Syarif, 'Identitas Budaya Dan Representasi Islam Dalam Novel The Translator Karya Leila Aboulela', *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3.02 (2022), 231–40



- Irfan, Cici Zuhriah, 'Stereotifikasi Perempuan Pada Iklan Deterjen', 2017
- Khiyaroh, Intihaul, 'Representasi Iklan Kecantikan Di Media Massa Dalam Perspektif Islam', *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.2 (2020), 155–62
- Kholqiana, Aulia, Qoyyum Fauzianin, and Shafa Tasya Azzahra, 'Representasi Komodifikasi Simbol Religi Dalam Iklan Wardah', *Jurnal Audiens*, 1.2 (2020), 193–98
- Miftahuddin, Muhammad, 'Sejarah Media Penafsiran Di Indonesia', *Nun: Jurnal Studi Alquran Dan Tafsir Di Nusantara*, 6.2 (2020), 117–43
- Nasiha, Nadia Faidatun, and Ari Yunaldi, 'Representasi Kecantikan Dalam Iklan Slimmewhite (Studi Wacana Sara Mills)', *Al-MUNZIR*, 12.1 (2019), 165–84
- Nasution, Pangeran Putra Perkasa Alam, 'Berpenampilan Menarik (Sketsa Budaya Konsumerisme Dan Eksistensi Perempuan Di Dunia Kerja)', 2015
- Nazarullah, Nazarullah, 'Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1.1 (2018)
- Nida, Fatma Laili Khoirun, 'Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa', *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.2 (2014), 77–95
- Ningsih, Dara Yuliyanti, and Irwan Iskandar, 'Upaya International Society of Aesthetic Plastic Surgery (Isaps) Dalam Mempromosikan Operasi Plastik Di Korea Selatan', 2017, 5–10

- Nurudin, Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (RajaGrafindo Persada, 2007)
- Opsiviantoto, Madya Bangsa, Dyan Evita Santi, and Rahma Kusumandari, 'Kepercayaan Diri Pada Remaja: Menguji Peranan Perbandingan Sosial Dan Ketidakpuasan Tubuh', *INNER: Journal of Psychological Research*, 3.1 (2023), 107–16
- Pratiwi, Rhesa Zuhriya Briyan, 'Perempuan Dan Kontes Kecantikan', *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10.2 (2018)
- Primianty, Dewi, 'Hubungan Antara Persepsi Remaja Putri Terhadap Citra Perempuan Cantik Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Dengan Penggunaan Produk Kosmetik Oleh Remaja Putri (Kasus SMUN 1 Bogor, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat).', 2008
- Purnama, Natasha Christa, Agusly Irawan Aritonang, and Chory Angela Wijayanti, 'Representasi Feminisme Dalam Film Enola Holmes', *Jurnal E-Komunikasi*, 9.2 (2021)
- Putra, Rio Sanjaya, and Wulan Purnama Sari, 'Representasi Interaksi Sosial Siswa SMA Dalam Film "7 Hari Sebelum 17 Tahun"', *Koneksi*, 6.2 (2022), 380–89
- Qorirah, Fadhila, 'Pemaknaan Penonton Remaja Perempuan Indonesia Atas Iklan Clean & Clear Episode "Mine-Mine-Mine"', 2017, 9–15
- Rachman, Rio Febriannur, 'Representasi Dalam Film', *Jurnal Paradigma Madani*, 7.2 (2020), 10–18

- Ramadhani, Ismayati Purnama, and Pramesti Pradna Paramita, 'Pengaruh Sikap Terkait Standar Kecantikan Terhadap Perilaku Makan Yang Tidak Sehat Pada Remaja Dengan Ketidakpuasan Tubuh Sebagai Variabel Mediator', *Berajah Journal: Jurnal Ilmiah Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, 3.1 (2023), 125–30
- Raniah, Raniah, and Farisha Sestri Musdalifah, 'Representasi Kecantikan Wanita Pada Video Wardah# BeautyMovesYou–Bergerak Membawa Manfaat', *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5.2 (2022), 146–55
- Rizkiyah, Iin, and Nurliana Cipta Apsari, 'Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik Di Masyarakat', *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 18.2 (2019), 133–52
- Rubyatomo, Ariesta Putri, 'Self-Acceptance Beauty Bullying Sebagai Media Refleksi Dalam Proses Cinta Terhadap Diri', *Joged*, 21.1 (2023), 49–70
- Safitri, Diana Ika, 'Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik Di Toko Kosmetik Kota Semarang', 2023
- Sandhy, Area, Hapsari Dwiningtyas, and S Sos, 'Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan Dalam Media Online Femaledaily. Com', *Interaksi Online*, 4.4 (2016), 1–11
- Sari, Wahyu Triana, 'Citra Yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini Dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik', 2018

- Siahaan, Sudirman, and Rahmi Rivalina, 'Penyelenggaraan Siaran Televisi Untuk Pendidikan Di Indonesia: Sebuah Kajian Historis', *Jurnal Teknodik*, 2008, 107–20
- Sukmana, Luis Nanda, Gusti Noorlitaria Achmad, and Saida Zainurossalamia ZA, 'Pengaruh Efektifitas Iklan Televisi', *Jurnal Manajemen*, 9.2 (2017), 76–84
- Sumasari, Yoani Julita, 'Analisis Wacana Iklan Kosmetik Di Media Televisi', *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 3.2 (2014)
- Surahman, Sigit, 'Representasi Perempuan Metropolitan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita', *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.1 (2014)
- Suyanto, Muhammad, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia* (Penerbit Andi, 2005)
- Tambunan, Nurhalima, 'Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens', *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 4.1 (2018), 24–31
- Tilaar, Martha, *Kecantikan Perempuan Timur* (IndonesiaTera, 1999)
- Tulasi, Dominikus, 'Terpaan Media Massa Dan Turbulensi Budaya Lokal', *Humaniora*, 3.1 (2012), 135–44
- Udasmoro, Wening, *Dari Doing Ke Undoing Gender: Teori Dan Praktik Dalam Kajian Feminisme* (UGM PRESS, 2018)
- Vernanda, Maria Tessya Lerry, 'Pengaruh Kemasan Kosmetik Visual, Verbal, Dan Manfaat Kemasan Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wanita (Studi Pada Merek Kosmetik Emina)', 2020

Vidyarani, Titi Nur, 'Representasi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik the Face Shop', *Scriptura*, 1.2 (2007)

Wahyuni, Bella Wike, 'Analisis Faktor-Faktor Perilaku Kosumen Dalam Memilih Kosmetik Produk Brand Lokal (Studi Merek Emina Dan Pixy)', 2020

Warsita, Bambang, 'Pemanfaatan Program Siaran Televisi Pendidikan Untuk Peningkatan Kualitas Pembelajaran the Utilization of Education Television Program for Improving the Quality of Learning', *Jurnal Teknodik*, 2013, 126–37

Wasista, R, and Maharani Putri, 'Representasi Kecantikan Perempuan Postcolonialdalam Iklan (Representasi Kecantikan Perempuan postcolonialdalam Iklan Tv You C 1000 Mg Periode 2004-2011)', 2012

Winarni, Rina Wahyu, 'Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan', *Deiksis*, 2.02 (2010), 134–52

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A