

DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, F. (2010). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/9305>
- Ardian, R. (2021). Konsep Stereotip Konstruksi Pria Dalam Pandangan Pria Metroseksual (Studi Kasus Di Kota Medan). Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Asriningsari, A., & Umayu, N. M. (2018). *Semiotika (Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra)*. Semarang: UPGRIS PRESS.
- Damayanti, M. A., & Aviandy, M. (2022). Representasi Stereotype Gender pada Beauty Influencer Pria di Rusia. *Jurnal Multikultural*, 1(3), 477-498.
- Djajasudarma, F. (1999). *Semantik I : Pengantar ke Arah Ilmu Makna*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.
- DIGIMIND. (2022). *Data Produk Kecantikan Terlaris di E-commerce*. Asosiasi Digital Marketing Indonesia. Retrieved from <https://digimind.id/data-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce/>
- Diniyah, N., F. H., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1).
- Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 61-72.
- Dr. Isnaini, S. A., dr. Asnawati, M., Dr. dr. Ika Kustiyah Oktavianti, M. S., & dr. Sukses Hadi, S. (2022). *Pesona Skincare & Karamunting*. Surakarta: Indiva Mitra Pustaka.
- Foucault, M. (1975). *Discipline & Punish (Translated from French by Alan Sheridan)*. New York: Random House, INC.
- Hanifah, H. N. (2012). Hubungan Konsep Diri dan Minat Melakukan Perawatan Wajah pada Pria. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 8-12.
- Hapsari, R., & Riskiy, S. R. (2022). Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan *Skincare* Pria (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria). *Jurnal Broadcasting Communication (Bcomm)*, 4(1), 45 - 56.
- Haryanto, N. (2018). Konstruksi Identitas Gender Beauty Vlogger Laki-laki pada YouTube. *Jurnal Repository Universitas Brawijaya*, 11(18), 1-18.
- Jufanny, D., & Girsang, L. R. (2020). Toxic Masculinity dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk dalam Film "Posesif"). *Jurnal Semiotika*, 14(1), 8-23.

- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 57 - 66.
- Khavifah, N., Lubis, F. O., & Oxygentri, O. (2022). Konstruksi Sosial Stereotip Laki-Laki Feminin (Studi Kasus Pada Laki-laki Feminin di Kabupaten Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 510-518.
- Krilia, S. P. (2016). *Pengaruh Tingkat Penerimaan Diri dan Gender Role Terhadap intensi Menggunakan Make Up*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Listianti, S. M. (2013). *Makna Berdandan Bagi Perempuan (Studi Kasus Tentang Penggunaan Make Up pada Sales Promotion Girl di Kota Surakarta)*. Thesis, Universitas Sebelas Maret, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengetahuan, Surakarta.
- Ludirja, K. (2015). Konten Peran Gender Perempuan dalam Animasi Barbie. *Jurnal e-Komunikasi*, 2(1), 1-12.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Data Indonesia. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Marhumah. (2011). Konstruksi Gender, Hegemoni Kekuasaan dan Lembaga Pendidikan. *Karsa*, 19(2), 166-182.
- Marzuki. (2007). Kajian Awal Tentang Teori-Teori Gender. *Jurnal Civics*, 4(2), 67-77.
- Maulidhya, U., Mustadjar, M., & Mappalahere, M. T. (2021). Gaya Hidup (Lifestyle) Makeup dan Skincare di Kalangan Laki-Laki Milenial. *Phinisi Integration Review*, 4(3), 509-516. doi:<https://doi.org/10.26858/pir.v4i3.24428>
- May, C., & Finch, T. (2009). Implementing, Embedding, and Integrating Practices: An Outline of Normalization Process Theory. *Sociology*, 43(3), 534-554.
- Murdianto. (2018). Stereotip, Prasangka dan Resistensinya (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia). *Jurnal Qalamuna*, 10(2), 137-160.
- Naully, M. (2003). *Konflik Peran Gender dan Seksisme; Studi Banding Laki-laki Batak, Minangkabau & Jawa*. Yogyakarta: ARTI.
- Nifa, A. A., Supiani, T., & Atmanto, D. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Make Up Artist Pria. *Jurnal Tata Rias*, 11(2), 1-10. doi:<https://doi.org/10.21009/11.2.8.2009>
- Nurleili, F. (2009). Laki-laki Pengguna Produk Kosmetik (Sebuah Studi interpretative Konstruktivis Tentang Identitas Diri). Universitas Airlangga.
- Pradika, G. J., Hadi, I. P., & Lesmana, F. (2019). Star Studies Terhadap Konstruksi Image Androgynous Youtuber "Jovi Adhiguna Hunter". *Scriptura*, 9(1), 35-42.

- Putri, & dll. (2018). Pembentukan Konsep Diri Beauty Vlogger Laki-Laki dalam Instagram. *Koneksi*, 2(2), 261-268.
- Putri, N. U. (2013). Hubungan Antara Identitas Peran Gender dengan Pengambilan Keputusan Menjadi Homoseksual pada Laki-Laki Dewasa Awal. Universitas Indonesia.
- Rachmawati, A. A., & Drs. Tandiyo Pradekso, M. (2019). Hubungan Intensitas Menonton Youtube Beauty Vlogger dan Persepsi Mengenai Kredibilitas Beauty Vlogger dengan Perilaku menggunakan Makeup oleh Remaja. *Interaksi Online*, 7(4), 236-245.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite: Indonesia Digital Report 2022*. We Are Social. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Saguni, F. (2014). Pemberian Stereotype Gender. *Jurnal Musawa*, 6(2), 195-224.
- Sari, R. A. (2022). *Produk Kosmetik Pria Terlaris di Shopee*. Mash Moshem Indonesia. Retrieved from <https://mashmoshem.co.id/produk-kosmetik-pria-terlaris-di-shopee/>
- Sasmita, P. A. (2020). Pengembangan Makeup Ideal Teknik Shading & Tint dengan Kosmetik Highlighter pada Wajah Bulat dan Persegi untuk Makeup Wisuda. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Showalter, E. (1989). *Speaking of Gender*. New York & London: Routledge.
- Sihombing, H. L., & Rakhmad, W. N. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita. *Interaksi Online*, 7(4), 350-360.
- Silaen, P. I. (2017). *BFA 2017: Speech dari Para Pemenang Beauty Award Ini Sungguh Menarik*. IDN Times. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/priscilla/bfa-2017-speech-dari-para-pemenang-beauty-award-ini-super-menarik>
- Sitanggang, A. O. (2020). Androgini: Popularitas dan Eksistensi Bagi Remaja di Era Digital. *Spektrum Komunikasi*, 8(1), 30-44.
- Suhra, S. (2013). Kesetaraan Gender Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Implikasinya Terhadap Hukum Islam. *Jurnal*, 13(2), 374-394.
- Sumardiono, N. (2022). Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 93-106.
- Suwandi, S. (2008). *Semantik Pengantar Kajian Makna*. Yogyakarta: Media Perkasa.

- Tremain, S. (2018). Normalization and Discipline. *Tremain, Shelley (forthcoming). Normalization and Discipline. In Disability in American Life: An Encyclopedia of Policies, Concepts, and Controversies. Santa Barbara: ABC-CLIO.*
- Wright, L. (2003). The Wonder of Barbie: Popular Culture and the Making of Female Identity. *Feminine Politics in Popular Culture: The Construction of Gender*, 4(1), 1-26.
- Wulan, N. (2015). "Cowok be Gentle" : Maskulinitas Mahasiswa Laki-laki Muslim di Surabaya. *Lakon*, 4(1), 1-21.
- Wulandari, S. (2016). Motif Dan Makna Diri Pria Penata Rias Di Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Fenomenologi. *JOM Fisip*, 3(2), 1-14.
- Yanti, M. (2002). *Pendidikan Berperspektif Keadilan Gender*. Jakarta: Depdiknas.
- Yates, S. (2015). *Truth, Power, and Ethics in Care Service for People with Learning Difficulties. In Foucault and the Government of Disability*. Ann Arbor, Michigan: The University of Michigan Press.

