

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., Fahmi, K., & Tamrin, S. 2022. Konstruksi makna cantik bagi remaja perempuan pengguna pemutih kulit ilegal. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 9(3), 139–150. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38834>
- Aulia, R., Swasty, W., & Nastiti, N. E. (2025). Penerapan prinsip desain pada kemasan oleh-oleh makanan Bandung. *Besaung: Jurnal Seni, Desain dan Budaya*, 10(1), 117–130. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v10i1.4354>
- BBS EBC Malang. 2022. *Customer Insight, Penting untuk Sebuah Bisnis?* Binus Malang EBC. Diakses dari <https://binus.ac.id/malang/ebc/customer-insight-penting-untuk-sebuah-bisnis/>
- Binus Interior Design. 2020. *Point of Purchase (POP) Design from Visual Merchandising Class*. Diakses dari <https://interior.binus.ac.id/2020/05/09/point-of-purchase-pop-design-from-visual-merchandising-class/>
- Binus University. (2021, Agustus 3). *Cara mudah mendapat pelanggan dengan customer journey map*. Binus University. Diakses pada 10 April 2025, dari <https://binus.ac.id/bandung/2021/08/cara-mudah-mendapat-pelanggan-dengan-customer-journey-map/>
- Cherney, K. (2023). *How to identify your skin's undertones and what this means for you*. Healthline. Diakses dari <https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/skin-undertones>
- EJI Indonesia. n.d. *About Us*. Diakses dari <https://eji.co.id/about-us/>
- Gunawan, Vanilla. (2024). *Perancangan Key Visual 'Bersama Satukan Harapan' untuk Kampanye Ramadhan Brand Kosmetik Lokal Hanasui*. MBKM thesis, Universitas Multimedia Nusantara. Diakses pada 17 April 2025 dari <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32886/>

Hanasui. 2023. *About Us*. Hanasui. Diakses dari https://hanasui.id/home/about_us

Howard, C. 2024. *Literary Gardener: Our Mothers' Gardens*. The Laurel of Asheville. Diakses dari <https://thelaurelofasheville.com/lifestyle/heritage/literary-gardener-our-mothers-gardens/>

Ilhamsyah, A. (2021). *Pengantar strategi kreatif advertising era digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Indah, Y. T. (2023). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty terhadap Purchase Intention: Telaah pada Facial Mask Hanasui*. Skripsi Sarjana, Universitas Multimedia Nusantara. Diakses dari <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/25489/>

Kirkus Reviews. (2011, October 6). In Search of Our Mothers' Gardens by Alice Walker. KirkusReviews Diakses dari [https://www.kirkusreviews.com/book-reviews/alice-walker/in-search-of-our-mothers-gardens /](https://www.kirkusreviews.com/book-reviews/alice-walker/in-search-of-our-mothers-gardens/)

Kumparan Tugumalang. 2022. *Kosmetik brand lokal Hanasui, sahabat kulit cantik remaja pemula*. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/tugumalang/kosmetik-brand-lokal-hanasui-sahabat-kulit-cantik-remaja-pemula-1ystXf5DHwQ>

Lidwina, P. R., & Lase, F. J. 2024. Pemahaman konsumen mengenai brand identity produk kecantikan Scarlett Whitening dengan tagline "Reveal Your Beauty". *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1834–1849. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.1028>

Luthfiyah, Nur. (2023). *Perancangan kampanye sosial mengurangi gejala depresi pada remaja di Kota Bandung* (Tugas Akhir). Telkom University. Diakses pada 25 Maret 2025, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/200435/slug/perancangan-kampanye-sosial-mengurangi-gejala-depresi-pada-remaja-di-kota-bandung.html>

- Manah, M., & Yudhawasthi, C. M. 2024. Digital storytelling melalui media sosial TikTok dalam promosi kuliner Bekasi. *Scriptura*, 14(1), 25–33. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.25-33>
- Mansyur, A. I., Sapitri, R., & Fidlrawati, F. 2023. Stigma warna kulit terhadap standar kecantikan di kalangan mahasiswa Prodi Tadris IPS UIN Mataram tahun 2023. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya*, 5(2), 76–87. <https://doi.org/10.31958/istinarah.v5i2.9106>
- Maverick Martins. 2023. *Estée Lauder launches campaign ‘My Shade, My Story’ with Manushi Chhillar*. FashionNetwork. Diakses dari <https://in.fashionnetwork.com/news/Estee-lauder-launches-campaign-my-shade-my-story-with-manushi-chhillar,1516229.html>
- Miftahul Jannah, Kamsani, S. R., & Mohd. Ariffin, N. (2021). Perkembangan usia dewasa: Tugas dan hambatan pada korban konflik pasca damai. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), 114–143. <https://doi.org/10.22373/bunayya.v7i2.10430>
- Mohan. (n.d.). *UNIT III (MA)* [Dokumen PDF]. Scribd. Diakses tanggal 21 Juni 2025, dari <https://www.scribd.com/document/615524664/Mohan-UNIT-III-MA>
- Moriarty, S. E., Mitchell, N. D., Wood, C., & Wells, W. D. (2020). Advertising & IMC: Principles and practice (11th ed.). Pearson Education.
- Muhamad, N. 2025. *124 ribu produk kosmetik didaftarkan ke BPOM pada 2024, ini jenisnya*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/67a9535cbc7e5/124-ribu-produk-kosmetik-didaftarkan-ke-bpom-pada-2024-ini-jenisnya>
- Nasution, Soalohon. (2023). *Kampanye sosial pencegahan anxiety disorder melalui aplikasi Riliv sebagai platform konseling online dan self-care untuk mahasiswa di Kota Bandung* (Tugas Akhir). Telkom University. Diakses pada 5 April 2025, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/198346/slug/kampanye>

-sosial-pencegahan-anxiety-disorder-melalui-aplikasi-riliv-sebagai-platform-konseling-online-dan-self-care-untuk-mahasiswa-di-kota-bandung.html

- Ni'mah, A. Z. (2024). *Pengaruh health consciousness dan perceived value terhadap keputusan pembelian melalui brand trust sebagai variabel intervening*. Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro. Diakses dari <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/28607/>
- Nursyecha, N. 2024. *Istilah "Aura Magrib" yang viral di TikTok*. RRI. Diakses dari <https://www.rri.co.id/lain-lain/800491/istilah-aura-magrib-yang-viral-di-tiktok>
- Oktaviani, F., & Marsudi. (2024). Perancangan guidebook pemilihan warna pakaian berdasarkan skin tone menggunakan seasonal color theory. *Jurnal Barik*, 5(2), 225–237. Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Oktaviani, J. 2022. *Fenomena 'Colorism' sebagai bentuk stratifikasi sosial di kawasan Asia Tenggara*. *Jurnal Dinamika Global*, 7(1), 53–62. <https://doi.org/10.36859/jdg.v7i01.1037>
- Pakaila, J. R., Aydin, R. M., & Abbiyya, S. W. 2024. *Tren overclaim dalam iklan industri kecantikan: Analisis etika terapan pada produk skincare di Indonesia*. *Kabilah: Journal of Social Community*, 9(2), 393–406. <https://doi.org/10.35127/kabillah.v9i2.424>
- Prihartini, D., Al Habsy, B., Hariastuti, R. T., & Christiana, E. 2023. Faktor-faktor psychological well-being pada remaja. *Nusantara of Research: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 11(4), 393–406. <https://doi.org/10.29407/nor.v10i4.21570>
- RevoU. (2023). *YouTube Ads: Pengertian, jenis, cara membuat, dan strategi*. RevoU. Diakses pada 10 April 2025 dari <https://www.revou.co/panduan-teknis/youtube-ads>
- Rohmiatika, H. (2023). *Hegemoni Budaya Warna Kulit Wanita Korea Sebagai Standar Kecantikan Wanita Indonesia*. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*,

Administrasi Negara dan Hukum, 1(1), 421–426.
<https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.245>

Sahrudin, H. F. (2022). *Perancangan kampanye sosial mengenai edukasi mengatasi depresi di Kota Bandung*. Universitas Telkom. Diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/184791/perancangan-kampanye-sosial-mengenai-edukasi-mengatasi-depresi-di-kota-bandung.html>

USS Feed. (2020). *Somethinc x Lifni Sanders Rilis Hybrid Mesh Cushion Lokal Pertama di Indonesia*. Diakses dari <https://ussfeed.com/somethinc-x-lifni-sanders-rilis-hybrid-mesh-cushion-lokal-pertama-di-indonesia/pop-culture/>

Utama, J., & Rahmiati Aulia. (2021). *Kajian Pendekatan Strategi Kreatif Produk Yang Menggunakan Isu Covid-19 sebagai Ide Besar Pada Iklan Audio Visual di Masa Pandemi*. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(1), 58–68.
<https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v5i1.862>

Thamrin, F., Abdullah, M. W., & Awaluddin, M. 2024. *Strategic partnership bagi hasil berbasis al-adl dalam meningkatkan kekuatan perusahaan*. *Jurnal Desa dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2). <https://jurnalstkipmelawi.ac.id/index.php/JDPM/article/view/2348>

Zumarthana, dkk. (2024). *Pengetahuan dan perilaku terkait penggunaan produk pemutih kulit pada remaja putri di Indonesia*. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 11(1), 22–29.
<https://doi.org/10.20473/jfk.v11i1.54484>