

DAFTAR PUSTAKA

- Balya, T., Yani, F., Bilardo, T., Maharani, N., Ananda, D., & Prabudi, R. (n.d.). *Pengaruh Media Instagram Terhadap Kesadaran Representasi Gender Pada Remaja Generasi Z*.
- Kvardova, N., Maes, C., & Vandenbosch, L. (2025). BoPo online, BoPo offline? Engagement with body positivity posts, positive appearance comments on social media, and adolescents' appearance-related prosocial tendencies. *Computers in Human Behavior*, *162*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108471>
- Lazuka, R. F., Wick, M. R., Keel, P. K., & Harriger, J. A. (2020). Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram's Body Positivity Movement. *Body Image*, *34*, 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.001>
- Nie, J. (2026). Effects of exposure to body-positive advertising on body image among young Chinese women. *Frontiers in Psychology*, *17*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1731086>
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S. C., & Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body Image*, *33*, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>
- Putri, F. A., Maharani, N. E., Dwi, L., Suharto, A., & Syahlani, R. R. (n.d.). *Peran Komunikasi Media dalam Membangun Kecantikan Inklusif dan Normalisasi Body Plus Size di Industri Fashion Indonesia*.

Setiawati, N. A. (n.d.). *HUBUNGAN ANTARA PERBANDINGAN SOSIAL DAN CITRA TUBUH PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SKRIPSI*
Diajukan Oleh.

Sormin, M. R. C., Jenniefer, J., & Adiarsi, G. R. (2025). Strategi Digital Influencer dalam Membentuk Persepsi dan Keputusan Pembelian Konsumen Daviena Skincare. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(2), 279–300.
<https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i2.5910>

Alfiansyah, P., Martina, H. S., Rahma, A. S., & Safitri, D. (2025). A Critical Discourse Analysis of Body Positivity and Female Sexuality Narratives on Social Media. *Kalijaga Journal of Communication*, 7(2), 167-190.

Aulia, A. N. (2025). Body Positivity Konten@ juliarimbaaa dalam Membangun Kepercayaan Diri Followers. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 160-171.

Aulia, A. N. (2025). Body Positivity Konten@ juliarimbaaa dalam Membangun Kepercayaan Diri Followers. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 160-171.

Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *communications*, 4(1), 40-51.

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2008). *The landscape of qualitative research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2017). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.

- Dewantoro, A. Z., Achmad, Z. A., & Arviani, H. (2025). Tan Skin Branding on TikTok Account@ skinofmeid: Challenge to Dominant Beauty Narratives. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(1), 107-121.
- Dinata, B. (2025). Tubuh, Gender, dan Agensi: Kajian Antropologi Visual tentang Representasi Perempuan di Media Sosial. *Nizamiyah: Jurnal Sains, Sosial dan Multidisiplin*, 1(1), 57-71.
- Dinata, B. (2025). Tubuh, Gender, dan Agensi: Kajian Antropologi Visual tentang Representasi Perempuan di Media Sosial. *Nizamiyah: Jurnal Sains, Sosial dan Multidisiplin*, 1(1), 57-71.
- Firdaus, M. R., & Zulfiningrum, R. (2022). Representasi Citra Diri Keanu Sebagai Influencer Melalui Instagram@ keanuagl. *Jurnal Heritage*, 10(2), 105-114.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (hlm. 105–117). SAGE Publications.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications in association with The Open University.
- Jannatania, J., & Ramadhanti, G. A. Sikap Normalisasi Obesitas oleh Netizen dalam Gerakan Body Positivity di Media Sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 6(2), 47-70.
- Kautsar, M. I., Fuady, I., & Wibowo, K. A. (2023). Representasi nilai body positivity pada akun Instagram XYZ. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(3), 660-666.
- Kiptiyah, P. S., & Ridwan, A. (2025). Social Construction of Body Positivity Movement on Instagram among Teenage Girls in Surabaya, Indonesia. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 20(1), 139-162.
- Kurniasih, B. R. (2025). Exploring Body Positivity Through Instagram Discourse: A Critical Discourse Analysis of Clara Dao and Her Audience. *ETERNAL (English Teaching Journal)*, 16(2), 280-296.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Eds.). (2009). *Encyclopedia of communication theory*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Muliawati, D., Pradekso, T., & Sulistyani, H. D. (2024). Representasi perempuan dalam media audiovisual di Indonesia. *Interaksi Online*, 12(3), 172-190.
- Nurfauziyah, S., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2023). Penggunaan Instagram sebagai Media Literasi Digital pada Akun@ dp3akarawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 245-254.
- Nuzuli, A. K. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jejak Pustaka.

- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran media sosial dalam dinamika sosial masyarakat kontemporer. *Jurnal Komunikasi Digital Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 24-29.
- Rizki, M. T. D., Kusumadinata, A. A., & Amalia, N. (2026). Analisis Komunikasi Persuasif Visual dalam Promosi Event di Instagram@ colorruntimefestivalid. *MUTIARA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(2), 236-250.
- Rohman, K. (2025). REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN KOMERSIAL: ANALISIS FEMINIS PADA MEDIA TELEVISI. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 12(1), 1-9.
- Sugiarti, U. (2025, 10 Februari). Mayoritas generasi Z menghabiskan waktu luang dengan media sosial. GoodStats. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Suhaimi, S., Evadianti, Y., & Yudistiro, I. R. (2023). Instagram sebagai new media untuk membangun personal branding. *Journal Media Public Relations*, 3(1), 53-63.
- Tylka, T. L. (2018). Overview of the field of positive body image. In E. A. Daniels, M. M. Gillen, & C. H. Markey (Eds.), *Body positive: Understanding and improving body image in science and practice* (hlm. 6–33). Cambridge University Press.
- Utami, K., Munanjar, A., & Syahril, R. (2025). Membaca Kecantikan di Media Sosial: Analisis Semiotika Konten Instagram Tasya Farasya. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 4(01), 733-746.