

**REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL
KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI
ROLLOVER REACTION**

SKRIPSI

disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Departemen Pendidikan
Seni Rupa Fakultas Pendidikan Seni dan Desain Universitas Pendidikan Indonesia



oleh

Alifa Kemarani Yahya
1507425

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS PENDIDIKAN SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019**

**REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL
KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI
ROLLOVER REACTION**

oleh
Alifa Kemarani Yahya

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Seni dan
Desain**

**© Alifa Kemarani Yahya 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2019**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan cetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

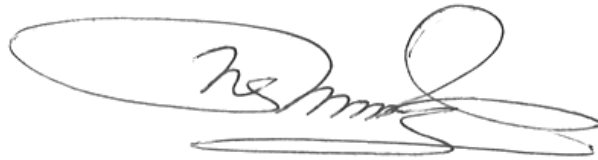
ALIFA KEMARANI YAHYA

1507425

**REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL
KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI
ROLLOVER REACTION**

disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



Dr. H. Nanang Ganda Prawira, M.Sn.

NIP 196202071987031002

Pembimbing II



Zakhia Pawitan, S.Ds., M.Ds.

NIP 198305052005012001

mengetahui,
Ketua Departemen Pendidikan Seni Rupa
FPSD – Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Taswadi, M.Sn.

NIP 196501111994121001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ALIFA KEMARANI YAHYA

1507425

**REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL
KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI
ROLLOVER REACTION**

disetujui dan disahkan oleh

Penguji I



Dewi Munawwarah Sya'bany, S.Pd., M.Ds.

NIP 197807222005012002

Penguji II



Yulia Puspita, S.Pd., M.Pd.

NIP 198107012005012004

Penguji III



Ardiyanto, M.Sn.

NIP 196907062008121002

ABSTRAK

ALIFA KEMARANI YAHYA, 2019. REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI ROLLOVER REACTION

Lipstik adalah salah satu kosmetik paling populer yang memiliki asosiasi erat dengan perempuan dan femininitas. Dalam perkembangannya, lipstik memiliki sejarah panjang yang meliputi perkembangan bentuk, popularitasnya di kalangan perempuan, asosiasinya dengan femininitas dan feminisme, hingga stigma yang melekat di masyarakat. Dalam strategi pemasarannya, perusahaan produsen lipstik seringkali menggunakan kampanye untuk berinteraksi dengan target pasar. Kampanye digunakan untuk memperkenalkan produk sekaligus menyampaikan pesan lain kepada audiens. Salah satu kampanye lipstik yang menarik untuk dikaji adalah Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell, yang merupakan lipstik cair edisi terbatas yang dirilis Rollover Reaction sebagai buah kolaborasi dengan *beauty influencer* Puchh dan ilustrator Ykha Amelz. Tanda-tanda visual mengenai representasi femininitas hadir dalam kampanye produk tersebut dan dapat dikaji dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan semiotika Roland Barthes mengenai tingkatan pertandaan denotasi dan konotasi. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan denotasi visual dan makna konotatif yang terbentuk dari representasi femininitas dalam kampanye visual kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction. Biasanya, kampanye kosmetik termasuk lipstik memusatkan diri pada mitos kecantikan yang merendahkan kaum perempuan. Namun, kampanye visual Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction merespons mitos kecantikan tersebut dan membawakan sudut pandang lain mengenai kecantikan dengan pesan-pesan positif mengenai femininitas perempuan yang dikemas dalam bentuk denotasi-denotasi visual serta makna-makna konotatif. Kampanye visual Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction mengandung pesan-pesan yang memberdayakan kaum perempuan tentang bagaimana perempuan semestinya merasa familiar dan dekat dengan dirinya sendiri sebagai makhluk feminin.

Kata kunci: *kampanye visual, femininitas, perempuan, lipstik, denotasi dan konotasi*

ABSTRACT

ALIFA KEMARANI YAHYA, 2019. FEMININITY REPRESENTATION IN ROLLOVER REACTION'S SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL VISUAL CAMPAIGN

Lipstick is one of the most popular cosmetic items which is often being associated with women and femininity. Lipstick has its long history of its shape evolution, its popularity among women, its association with femininity and feminism, and the stigma that revolves around it and the society. In their marketing strategy, lipstick companies often create campaigns to interact with their target market. Campaigns are created to introduce the product and deliver specific messages to target audience. One of the most interesting cosmetic campaigns to be studied in a research is Rollover Reaction's Sueded! Lip and Cheek Cream, which is a limited-edition liquid lipstick from Rollover Reaction's collaboration with beauty influencer Puchh and illustrator Ykha Amelz. Visual signs about femininity representation are found in the product's visual campaign and able to be approached with Roland Barthes' semiotics theory about two levels of signification, denotative and connotative, in a qualitative research. This research's purpose is to find visual denotative and connotative meanings that are found inside femininity representation in Rollover Reaction's Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell visual campaign. Usually, cosmetic campaigns will focus on beauty mythologies which actually degrade women. However, Rollover Reaction responded to such mythologies and brought another fresh point of view about female beauty and positive messages about female femininity which are delivered through visual denotations and their connotative meanings. Rollover Reaction's Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell campaign contains women empowerment messages about how women should feel familiar and intimate with their own selves as a feminine being.

Keywords: *visual campaign, femininity, women, lipstick, denotative and connotative*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR PUSTAKA	xi
Buku dan Artikel Jurnal	xi
Skripsi	xiii
Tesis	xiii
Sumber Daring dan Bentuk Lain:	xiv
 BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penelitian	4
1.6 Struktur Organisasi Skripsi	5
 BAB II	
LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemahaman Singkat Semiotika	6
2.2 Pesan Wajah dalam Komunikasi Kinesik	8
2.3 Pemahaman Singkat Kampanye	16
2.4 Femininitas dalam Teori Gender sebagai Konstruksi Sosial	19
2.5 Sejarah Perkembangan Lipstik	22
2.5.1 Perkembangan Bentuk Lipstik	22
2.5.2 Sejarah Popularitas Lipstik di Kalangan Perempuan	24
2.5.3 Lipstik dan Asosiasinya dengan Femininitas dan Feminisme	28
2.5.4 Stigma yang Melekat pada Lipstik	31

2.6 Perkembangan Iklan dan Kampanye Kosmetik Lipstik.....	35
2.7 Pemahaman Singkat Representasi.....	45
2.8 Representasi Femininitas dalam Objek Analisis.....	46
2.8.1 Representasi Femininitas dalam Bunga Merah.....	46
2.8.2 Representasi Femininitas dalam Bibir Perempuan	50
2.8.3 Representasi Femininitas dalam Perilaku Memakai Lipstik.....	51
2.8.4 Representasi Femininitas dalam Figur Perempuan	52
BAB III	
METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Prosedur Penelitian.....	55
3.3 Pengumpulan Data	56
3.3.1 Objek Penelitian	56
3.3.2 Unit Analisis	57
3.4 Analisis Data	57
3.4.1 Tahap Pemilihan Data	57
3.4.2 Tahap Analisis.....	59
BAB IV	
PEMBAHASAN	61
4.1 Bunga Merah sebagai Representasi Femininitas.....	61
4.2 Bibir Perempuan sebagai Representasi Femininitas	68
4.3 Perilaku Memakai Lipstik sebagai Representasi Femininitas.....	76
4.4 Figur Perempuan sebagai Representasi Femininitas.....	81
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran.....	95
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peta Tanda Roland Barthes oleh Cobley & Janz	8
Tabel 2.2 Seleksi Media Menurut Varey & Richard.....	19
Tabel 4.1 Sintesis Analisis Data.....	91

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Struktur Organisasi Skripsi Representasi Femininitas dalam Kampanye Visual Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream dari Rollover Reaction.....	5
Bagan 3.1	Prosedur Penelitian.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ekspresi Mata Tertutup Saat Tidur.....	10
Gambar 2.2	Ekspresi Mata Tertutup Tidak Tertarik terhadap Dunia Luar	10
Gambar 2.3	Mata Tertutup Saat Fokus Mendengar dan Tidak Ingin Mendengar	11
Gambar 2.4	Mata Tertutup Kepala Menengadah	11
Gambar 2.5	Arah Pandangan Mata	12
Gambar 2.6	Senyum Ramah.....	13
Gambar 2.7	Senyum Menghina.....	14
Gambar 2.8	Senyum Bimbang	14
Gambar 2.9	Mulut Menganga Bingung dan Mulut Menganga Takut.....	15
Gambar 2.10	Wajah yang Memerhatikan Sesuatu dengan Kritis	15
Gambar 2.11	Wajah Protes.....	16
Gambar 2.12	Pengaruh Kylie Jenner dalam Pencarian Kata Kunci ‘ <i>Matte Lipstick</i> ’ di Google dalam Rentang Waktu 2010-2018	28
Gambar 2.13	Iklan Kosmetik Rouge dari Mary Garden by Rigaud Sekitar Tahun 1900-1919-an.....	35
Gambar 2.14	Iklan Kosmetik dari Mary Garden by Rigaud Tahun 1916.....	35
Gambar 2.15	Kampanye Kosmetik dari Tangee Tahun 1929 dan 1930	36
Gambar 2.16	Kampanye Kosmetik dari Savage Dekade 1930-an.....	36
Gambar 2.17	Kampanye Kosmetik Lipstik Red-Red dari Tangee Tahun 1941 .	37
Gambar 2.18	Kampanye Kosmetik Lipstik Montezuma Red dan Victory Red dari Elizabeth Arden Tahun 1940-an.....	37
Gambar 2.19	Iklan Kosmetik Lipstik War, Women, and Lipstick dari Tangee Tahun 1942.....	38
Gambar 2.20	Kampanye Kosmetik Fire and Ice dari Revlon Tahun 1952	39
Gambar 2.21	Kampanye Kosmetik Lipstik dari Covergirl Tahun 1960-an.....	40
Gambar 2.22	Kampanye Kosmetik dari Max Factor Tahun 1960-an	40
Gambar 2.23	Kampanye Kosmetik dari Viva Cosmetics Tahun 1970-an yang Menghadirkan Bintang Ternama Enny Soekamto dan Arie Koesmiran.....	41

Gambar 2.24	Kampanye Kosmetik Lipstik dari Chanel Beauty Tahun 1980-an	41
Gambar 2.25	Kampanye Kosmetik Lipstik dari Chanel Beauty Tahun 1990-an	42
Gambar 2.26	Kampanye Kosmetik Lipstik Viva Glam IV dari M.A.C Tahun 2002	42
Gambar 2.27	Kampanye Kosmetik <i>Lipgloss</i> WetSlicks Fruit Spritzers dari Covergirl Tahun 2007 yang Menghadirkan Penyanyi Pop Papan Atas Rihanna	43
Gambar 2.28	Kampanye Kosmetik Lipstik Viva Glam dari M.A.C Tahun 2012 dan 2013	43
Gambar 2.29	Kampanye Kosmetik Lipstik Lips & Boys dari Tom Ford Beauty Tahun 2015	44
Gambar 2.30	Kampanye Pertama Kosmetik Kylie Lip Kit dari Kylie Cosmetics Tahun 2015	45
Gambar 3.1	Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Objek Bunga	58
Gambar 3.2	Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Bibir Perempuan	58
Gambar 3.3	Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Perilaku Memakai Lipstik.....	59
Gambar 3.4	Kategori Data Berupa Gambar yang Fokus terhadap Figur Perempuan	59
Gambar 4.1	Tanda Femininitas Berupa Bunga Berwarna Merah	61
Gambar 4.2	Setangkai Bunga yang Dipegang Sosok Misterius.....	62
Gambar 4.3	Kelopak Bunga Berwarna Merah	63
Gambar 4.4	Jejak Pulasan Maxwell yang Berbentuk Mahkota Bunga	64
Gambar 4.5	Jejak Pulasan Maxwell yang Menyerupai Kelopak Bunga	65
Gambar 4.6	Setangkai Bunga dan Tangkai Aplikator Maxwell	66
Gambar 4.7	Bunga Merah Merekah	67
Gambar 4.8	Tanda Femininitas Berupa Bibir Perempuan	68
Gambar 4.9	Bibir yang Sedikit Merona di Bagian Tengahnya	69
Gambar 4.10	Bibir yang Dekat dengan Bunga Mekar Berwarna Merah	70

Gambar 4.11	Segaris Cahaya yang Jatuh pada Wajah	71
Gambar 4.12	Bibir Merah yang Terbuka	72
Gambar 4.13	Telunjuk yang Memegang Bibir.....	73
Gambar 4.14	Patung Dewi Mitologi Yunani atau Romawi Kuno	74
Gambar 4.15	Wajah Dewi Hygieia dan Dewi Aphrodite.....	75
Gambar 4.16	Tanda Femininitas Berupa Perilaku Memakai Lipstik.....	76
Gambar 4.17	Ykha Amelz Mengoleskan Maxwell pada Pipinya Seraya Tersenyum	77
Gambar 4.18	Puchh yang Sedang Mengenakan Maxwell.....	77
Gambar 4.19	Perempuan di Depan Cermin.....	79
Gambar 4.20	Perempuan Kaukasia yang Mengoleskan Lipstik.....	80
Gambar 4.21	Tanda Femininitas Berupa Figur Perempuan	81
Gambar 4.22	Perempuan yang Dikuncir Dua	82
Gambar 4.23	Perempuan yang Berbaring	83
Gambar 4.24	Perempuan yang Mendekap Bunga	84
Gambar 4.25	Pantulan Wajah Perempuan.....	85
Gambar 4.26	Wajah Puchh.....	86
Gambar 4.27	Wajah Ykha Amelz	88
Gambar 4.28	Ykha Amelz yang Memegang Maxwell.....	89
Gambar 4.29	Dua Foto Ykha Amelz dan Puchh yang Diambil pada Waktu Berbeda.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Kampanye Visual Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction Edisi September 2016	96
Lampiran 2. Data Kampanye Visual Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction Edisi Mei 2017.....	97
Lampiran 3. Data Kampanye Visual Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction Edisi Oktober 2017	98
Lampiran 4. Data Kampanye Visual Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction Edisi Oktober 2017	99
Lampiran 5. Ilustrasi Kemasan Luar Kosmetik Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction oleh Ykha Amelz	100

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel Jurnal

- Attfield, J. (1989). FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male: Feminist Critiques of Design. Dalam Walker, J.A., & Attfield, J., (1989). *Design History and the History of Design* (hlm. 199-225). London: Pluto.
- Bartky, S.L. (1997). *Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power*. New York: Columbia University Press.
- Boock, P. (2003). *On Make-up and Makeover*. Lower Hutt: Four Winds Press.
- Bradstreet, C. (2007). 'Wicked with Roses': Floral Femininity and the Erotics of Scent. *Nineteenth-Century Art Worldwide*, 6(1). Diakses dari: <http://www.19thc-artworldwide.org/spring07/144-qwicked-with-rosesq-floral-femininity-and-the-erotics-of-scent>
- Buckley, C. (1986). Made in Patriarchy: Towards a Feminist Analysis of Design. *Design Issues*, 3(2), 3-14. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/1511480>
- Corson, R. (2003). *Fashions in Makeup: From Ancient to Modern Times*. London: Peter Owen Publishers.
- De Beauvoir, S. (2010). *The Second Sex*. New York: Vintage Books.
- Gunn, F. (1973) *The Artificial Face: A History of Cosmetics*. Newton Abbot: David & Charles Publishers Ltd.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications Ltd.
- Herlina. (2001a). *Materi 6 Mata Kuliah Ilmu Pernyataan Sistem Komunikasi Kinesik*. Jurusan Psikologi UPI. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Herlina. (2001b). *Materi 9 Mata Kuliah Ilmu Pernyataan Komunikasi Kinesik: Isyarat Wajah (Facial Sign)*. Jurusan Psikologi UPI. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Irigaray, L. (2005). *Aku, Kamu, Kita: Belajar Berbeda*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Jackson, S. & Jones, J. (2009). *Pengantar Teori-teori Feminis Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Jalaluddin, R. (1986). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Karya Nusantara.
- Kenney, K. (2005). Representation Theory. Dalam Smith, K., dkk. (2005). *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*. (hlm. 99-116). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kirkham, P. (1996). *The Gendered Object*. Manchester: Manchester University Press.
- Klein, V. (1949). *The Feminine Character: History of an Ideology*. New York: International Universities Press.
- Lips, H.M. (1999). *A New Psychology of Women: Gender, Culture, and Ethnicity*. Virginia: Radford University.
- Malti-Douglas, F. (Penyunting). (2007). *Encyclopedia of Sex & Gender*. Volume 1. The Gale Group.
- Martinet, J. (2010). *Semiologi: Kajian Teori Tanda Saussuran antara Semiologi Komunikasi dan Semiologi Signifikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Moriarty, S., Mitchell, & N., Wells, W. (2015). *Advertising*. Edisi kedelapan. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Ogilvie, M. & Kristensen-Bach, P. (2001). *Why Women Wear Lipstick: Preliminary Findings*. Joondalup: Edith Cowan University.
- Pallingston, J. (1999). *Lipstick: A Celebration of a Girl's Best Friend*. London: Simon and Schuster.
- Piliang, Y.A. (2016). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pointer, S. (2005). *The Artifice of Beauty: A History and Practical Guide to Perfumes and Cosmetics*. Stroud: The History Press Ltd.
- Prabasmoro, A. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Prabasmoro, A. (2006). *Kajian Budaya Feminis*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ragas, M.C. & Kozlowski, K. (1998). *Read My Lips: A Cultural History of Lipstick*. Indiana: Chronicle Books.

- Richards, C. & Barker, M. (2013). *Sexuality and Gender for Mental Health Professionals: A Practical Guide*. London: SAGE Publications Ltd.
- Riordan, T. (2004). *Inventing Beauty: A History of the Innovations that Have Made Us Beautiful*. New York: Broadway Books.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Schaffer, S. (2006). *Reading Our Lips: The History of Lipstick Regulation in Western Seats of Power*. (2006 Third Year Paper). Cambridge: Harvard University.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stott, A. (1996). Floral Femininity: A Pictorial Definition. *American Art*, 6(2), 60-77. doi: <https://doi.org/10.1086/424151>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Veenker, R.A. (1999). *Forbidden Fruit: Ancient Near Eastern Sexual Metaphors*. Western Kentucky University. *Hebrew Union College Annual*, 70(71), 57-73. Diakses dari <http://www.jstor.org/stable/23508866>
- Williams, N. (1957). *Powder and Paint: a History of the Englishwoman's Toilet, Elizabeth I-Elizabeth II*. Longmans: Green.
- Wolf, N. (2005). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

- Frownfelter, A. (2010). *Flower Symbolism as Female Sexual Metaphor*. (Skripsi). Department of Art, Eastern Michigan University, Michigan.

Tesis

- Wirasari, I. (2008). *Strategi Kampanye Iklan Dove Real Beauty, Real Friends Serta Persepsinya Terhadap Kaum Perempuan*. (Tesis). Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Bandung.

Sumber Daring dan Bentuk Lain:

Anandbliss. (2011). *How the Lips are Symbol of Sensuality, Sexuality and Neurological Disorders?*. [Online]. Diakses dari <http://anandbliss.expertscolumn.com/article/how-lips-are-symbol-sensuality-sexuality-and-neurological-disorders>

Cooper, K.L. (2018). *Kylie Jenner: How The Reality Teen Founded a Cosmetic Empire*. [Online]. Diakses dari <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-44805888>

Flower Meanings. (2018). *Baby's Breath Flower – Meaning, Symbolism and Colors*. [Online]. Diakses dari <http://flowermeanings.org/babys-breath-flower-meaning/>

Gemiati, A. (2018). *Kisah Sukses Label Kosmetik Lokal, Rollover Reaction*. [Online]. Diakses dari <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2018/14520/kisah-sukses-label-kosmetik-lokal-rollover-reaction>

McGlinchey, S. (2013a). *History of Make-Up – 1900 to 1919*. [Online]. Diakses dari <https://glamourdaze.com/history-of-makeup/1900-1919>

McGlinchey, S. (2013b). *History of 1930's Make-Up*. [Online]. Diakses dari <https://glamourdaze.com/history-of-makeup/1930s>

Review pengguna produk Sueded! Lip and Cheek Cream Maxwell dari Rollover Reaction dalam Femaledaily. [Forum Online]. Diakses dari <https://reviews.femaledaily.com/products/lips/lipstick/rollover-reaction/sueded-lip-cheek-cream>

Robehmed, N. (2018). *How 20 Year Old Kylie Jenner Built a \$900 Million Fortune in Less than 3 Years*. [Online]. Diakses dari www.forbes.com/sites/forbesdigitalcovers/2018/07/11/how-20-year-old-kylie-jenner-built-a-900-million-fortune-in-less-than-3-years/

YouGov. (2016). *APAC Sependapat dalam Hal Kosmetik; Lipstik itu Mutlak dan Kualitas Lebih Penting daripada Harga*. [Online]. Diakses dari <https://id.yougov.com/id/news/2016/12/02/make-up-culture-id/>

<https://instagram.com/rollover.reaction>

Alifa Kemarani Yahya, 2019

REPRESENTASI FEMININITAS DALAM KAMPANYE VISUAL KOSMETIK SUEDED! LIP AND CHEEK CREAM MAXWELL DARI ROLLOVER REACTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<https://rollover-reaction.com>