

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M. A. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Press.
- Danesi, M. (2011). *Tanda dan Makna: Buku Teks Besar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Djamal, M. (2015). *Paradigma penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faizal, H. N. (2010). *Ekonomi Media*. PT. Raja grafindo Persada.
- Fakih, M. (2008). *Analisis gender dan transformasi social*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hariani, D. (2015). *Representasi Feminisme Dalam Iklan Televisi*. *Skripsi (Unpublished)*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/198227440.pdf>
- Heryandi, D. R. (2023). REPRESENTASI MAKNA KESETARAAN GENDER PADA IKLAN DOWNY INDONESIA “BEBAS BEREKSPRESI” DI YOUTUBE (Analisis Semiotika Roland Barthes). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 1–15.
- Hommel, A. (1992). *Perubahan peran pria dan wanita dalam gereja dan masyarakat*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Kriyantono, R. (2016). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat (cetakan ke-3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lantowa, J., Marahayu, N. M., & Khairussibyan, M. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Deepublish.
- Lulu'Aniqurrohmah, S. F. (2023). Kesetaraan gender dan nilai nilai yang terkandung di dalamnya menurut hak asasi manusia. *Jurnal Dunia Ilmu Hukum (JURDIKUM)*, 1(2), 50–56.
- Mulyana, D. (1999). *Nuansa-nuansa komunikasi: Meneropong politik dan budaya komunikasi masyarakat kontemporer*. Remaja Rosdakarya.
- Murniati, A. N. P. (2004). *Perempuan Indonesia dalam perspektif sosial, politik, ekonomi, hukum, dan HAM. (No Title)*. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000795948733952>
- Nugroho, R. N. (2008). *Gender dan strategi pengarus-utamaannya di Indonesia*. Pustaka Pelajar.
- Nurani, G. D. (2020). *REPRESENTASI NILAI FEMINISME PADA IKLAN VIDEO HEINZABC (ANALISIS SEMIOTIKA PADA VIDEO IKLAN HEINZABC DENGAN JUDUL KESETARAAN DALAM PERNIKAHAN)* [PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang].
<http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/18623>
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. S. (2014). Analisis pengaruh brand image dan celebrity endorsment terhadap keputusan pembelian produk shampo Head and Shoulders di 24 mart

- Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5972>
- Pondaag, A. F. (2013). Analisis Semiotika Iklan A Mild Go Ahead Versi “Dorong Bangunan” Di Televisi. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/977>
- Prasetia, A. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan dan pertumbuhan pasar: Budaya, sosial, personal (suatu literature review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 442–462.
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan animasi promosi dalam media youtube. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 259–265.
<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/147>
- Rahman, R. H., Soedarsono, D. K., & Atnan, N. (2016). Representasi Toleransi Umat Beragama Dalam Film Cahaya Dari Timur (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Dalam Film Cahaya Dari Timur). *eProceedings of Management*, 3(2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2269>
- Sasongko, T. H. (2006). *Analisis sosial: Bersaksi dalam advokasi irigasi*. Yayasan Obor Indonesia.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=xRrOr9BPwOEC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Makinuddin+dan+Tri+Hadiyanto+Sasongko,+Analisis+Sosial+Bersaksi+Dalam+Advokasi+Irigasi,+Bandung:+Yayasan+Akatiga,+2016,+40.&ots=uho7cFE3kw&sig=hWZUHvOxs58_ECFHg1wraCfp13Q
- Sobur, A. (2001). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik dan analisis framing*. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Syamsuri, A. D., & Susanti, I. (2013). Foto Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kesehatan Dalam Karya Fotografi Kreatif. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 1(2), 96–115.
- Syulhajji, S. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Film Talak 3. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–11.
- Tohirin, M. P. D. (2012). *Metode penelitian kualitatif dalam pendidikan dan bimbingan konseling*.
<https://repository.bsi.ac.id/repo/27551/Metode-penelitian-kualitatif-dalam-pendidikan-dan-bimbingan-konseling>
- Triana, D. (2023). *REPRESENTASI HAIR BULLYING DALAM IKLAN SHAMPOO DOVE BULAN MARET DAN JUNI 2022" RAMBUT AKU KATA AKU" PADA YOUTUBE (Analisis Semiotika Roland Barthes)* [PhD Thesis, Universitas Nasional]. <http://repository.unas.ac.id/7196/>

- Tutiasri, R. P., Laminto, N. K., & Nazri, K. (2020). Pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(2), 1–15.
- Umar, T. M. (2005). Propaganda Feminisme dan perubahan sosial. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 205–214.
- Vera, N. (2014). Semiotika dalam riset komunikasi. *Bogor: Ghalia Indonesia*, 8, 30.
- Wakarmamu, T. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/408805/metode-penelitian-kualitatif>
- Wibowo, I. S. W. (2013). Pemimpin, Komunikasi Politik dan Pengaruh Sosial Media. *KOMUNIKASI@ 2014*, 71. https://www.researchgate.net/profile/Sadiyah-El-Adawiyah/publication/345362692_Prosiding_Seminar_Nasional_Ikatan_Sarjan_2014_434-443/links/5fa51467458515157befae6b/Prosiding-Seminar-Nasional-Ikatan-Sarjan-2014-434-443.pdf#page=71
- Widyaningsih, W. (2020). *Representasi Feminisme Liberal dalam Iklan Youtube (Analisis Semiotika Representasi Feminisme Liberal dalam Iklan Nivea Versi# Extracare For Extra Women di Youtube)*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/79747/>
- Widyaningsih, W., & Hermawati, T. (n.d.). *REPRESENTASI FEMINISME LIBERAL DALAM IKLAN YOUTUBE*. Retrieved July 16, 2024, from <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D1217044.pdf>