

DAFTAR PUSTAKA

- Orta Darmawati, N., & Dwitasari, P. (2017). *Peran Gender Dalam Media*. Surabaya: Vol. 16, No.2, Oktober 2017, pISSN 1411-3023, eISSN 2580-0264.
- Alvi, S., Sigit, T., & Puji, L. (2010). *Bias Gender dalam Iklan Attack Easy di Televisi*. Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 3, September - Desember 2010, halaman 221 - 232.
- Alvionita, C., & Wahid, U. (2014). *Analisis Isi Kekerasan Verbal dalam Sinetron "Tukang Bubur Naik Haji The Series" di RCTI*. Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 9, Nomor 1, Oktober 2014.
- Ardianto. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Jakarta.
- Arifin, E. (2010). *Broadcasting to be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Astuti, Y. D. (2016). *Media Dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan Dalam Iklan Di Televisi Swasta)*. Vol.09/N0.02/Oktober 2016 - Profetik Jurnal Komunikasi.
- Astuti, Y. D. (2016). *MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta)*. Yogyakarta: Vol.09/N0.02/Oktober 2016 - Profetik Jurnal Komunikasi .
- Brusin. (2016). *Social media strategy brilliance by Gymshark*.
- Budiman, K. (2002). *Membaca Mitos Bersama Roland Barthes, Analisis Wacana dengan Pendekatan*. Yogyakarta: Kanak.
- Bungin, B. (2002). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Bungin, B. (2007). *Sosiologi Komunikasi Teori & Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda dan Makna ; Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori*. Yogyakarta: Jasutra.

- Effendi, A. (2008). *Bahasa dan Pembentukan Citra*. Purwokerto: KOMUNIKA Vol.2 No.2 Jul-Des 2008 pp.140-160 ISSN: 1978-126.
- Elita, S. (2014). *Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul "Kita Versus Korupsi"*. eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (2): 63-77 ISSN 0000-0000.
- Fakih, M. (1996). *Analisa Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faqih, M. (2001). *Menggeser Konsepsi Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gamble, S. (2004). *Pengantar Memahami Feminisme dan Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gymshark. (2017).
- Halim, N. A. (2011). *Media dan Pencitraan Perempuan (Vol 10, No 2)*. Riau: Universitas Muhammadiyah Riau.
- Hariyanto. (2009). *Gender Dalam Konstruksi Media*. KOMUNIKA ISSN: 1978-1261 Juli-Desember 2009 pp.167-183.
- Hermawan, H., & Erland Hamzah, R. (2017). *Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika (Vol. 1 No. 2)*. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).
- Hubeis, A. V. (2010). *Pemberdayaan Perempuan dari Masa ke Masa*. Bogor: IPB Press.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim, I. S. (1997). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Juditha, C. (2019). *Gender dan Seksualitas dalam Konstruksi Media Massa*. Makassar: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI).
- Khan, M. L. (2017). *Social media engagement: What motivates user participation and consumption on Youtube? Computers in Human Behavior*. Ohio: Elsevier.

- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniadi, O. (2007). *Perempuan dalam Tayangan Iklan di Televisi*. Mediator vol 8 no 1 Juni 2007 .
- Kurniadi, O. (2007). *Perempuan dalam Tayangan Iklan di Televisi*. MEDIATOR, Vol. 8 No.104 1 Juni 2007.
- Lozier, W. D. (1976). *The Marketing Process*. Boston McGraw Hill Inc.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Ed. Rev.* Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Ed.Rev.* Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Prahmadhani, D. T. (2007). *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
- Pratiwi, H. A. (2015). *CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN POND'S FLAWLESS WHITE 7 DAYS*. Jakarta: DEIKSIS | Vol. 07 No.02 | Mei 2015 : 79-170.
- Sobur, A. (2004). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Sugihastuti. (2000). *Wanita Dimata Wanita; Perspektif Sajak-Sajak Toery Heraty*. Nuansa.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. (2005). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.

- Suyanto, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Tomagola, T. A. (1998). *Citra Wanita dalam Iklan dalam Majalah Indonesia: Suatu Tinjauan Sosiologi Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Werbung, I. g. (2013). *Catalogue of Criteria for the Classification of Sexist Advertising*. The Watch Groups against Sexist Advertising Graz, Salzburg and Vienna.
- Wijiratno, E. B. (2014). *Potret Perempuan dalam Novel Dunia Patmini Karya Trie Utami; analisis feminisme*. Tuban: Universitas PGRI Ronggolawe.
- Wirodono, S. (2006). *Matikan TV Mu! Terror Media Televisi Indonesia*. Yogyakarta: Sultan Agung.
- Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth*. New York: HarperCollins Publishers.
- Zoonen, L. V. (1994). *Feminist Media Studies*. California: Sage Publication .