

DAFTAR PUSTAKA

- Dara, D. R., & Herawati, D. M. (2022). Representasi Cantik Dalam Iklan Video Digital Dove “Rambut Aku Kata Aku”. *Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies, Vol.1, No. 1*, 1-17.
- Dermatoto, A. (2010). Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman Dan Citranya Dalam Media. *Universitas Sebelas Maret*.
- Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, Vol. 12, No. 1*, 62-72.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, F. E., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasyim, N. (2017). Kajian Maskulinitas dan Masa Depan Kajian Gender dan Pembangunan di Indonesia. *JSW: Jurnal Sosiologi Walisongo, Vol. 1, No. 1*, 65-78.
- Jatisidi, A., Mutonik, R. A., & Wicaksono, B. (2022). Representasi Maskulinitas Pada Iklan (Analisis Semiotik Roland arthes Pada Iklan Gudang Garam dan Iklan MS Glow for Men). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), Vol. 11, No. 3*, 190-200.
- Kartika, B. A. (2015). Mengapa Selalu Harus Perempuan: Suatu Konstruksi Urban Pemenjaraan Seksual Hingga Hegemoni Maskulinitas dalam film Soekarno. *Journal of Urban Society's Arts, Vol 2, No 1*, 35-54.
- Kumalaningtyas, N., & Sadasri, L. M. (2018). Citra Tubuh Positif Perempuan Dalam Iklan Video Digital (Studi Femvertising Pada Iklan Dove Real Beauty). *Jurnal Diakom, Vol. 1, No. 2*, 62-73.
- Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 8, No. 1*, 17-36.
- Kusumastutie, N. S., & Faturochman. (2004). Semiotika Untuk Analisis Gender

- Pada Iklan Televisi. *Buletin Psikologi*, 105-120.
- Pando-Canteli, M. J., & Rodriguez, M. P. (2021). "Menvertising" and the Resistances to New Masculinities Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman. *International Journal of Communication 15*, 493-513.
- Pratami, R., & Hasilolan, T. P. (2020). Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Televisi Men's Biore Cool Oil Clear. *Jurnal komunikasi, Vol 14, No 2*.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Social Work Jurnal*, 10-19.
- Saputro, D. H., & Yuwarti, H. (2016). Representasi Maskulinitas Pria Di Media Online. *Jurnal Wacana, Vol. XV No.1*, 45-59.
- Siboro, N. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Komersil (Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Iklan Susu L-Men Gain Mass Versi Anting Jatuh). *Jurnal Semiotika, Vol. 12 No. 2*, 167-182.
- Suprpto, D. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol 2, No 1*, 1-11.
- Tanjung, S. (2012). Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia. *Jurnal Komunikasi, Vol. 6, No. 2*, 91-104.
- Wandi, G. (2015). Rekonstruksi Maskulinitas: Menguak Peran Laki-Laki dalam Perjuangan Kesetaraan Gender. *Jurnal Ilmiah Kajian Gender, Vol. 5, No. 2*, 239-255.
- Wardani, A. N. (2018). Hegemoni Maskulinitas dalam Under The Greenwood Tree Karya Thomas Hardy. *SATWIKA: Jurnal Kajian Budaya dan Perubahan Sosia, Vol 2, No 2*, 68-78.
- Wicaksono, A. R., & Fitriyani, A. H. (2021). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Jurnal Penelitian Seni Budaya, Vol. 13, No. 2*, 155-164.
- Widarti, Andriana, D., & Martana, I. K. (2020). Analisis Dekonstruksi Maskulinitas Derrida Dalam Iklan BB Cream Pria Korea. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, Vol. 3, No. 2*, 134-144.