

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, F., & Winduwati, S. (2023). Persepsi Perempuan Muda terhadap Komunikasi Nonverbal Artifaktual pada Fenomena Fashion Style Cewek Mamba, Bumi, dan Kue. *Kiwari*, 2(2).
- Ahmadi, Mulyono, D. I. P., Panuju, R., & Harliantara. (2022). Semiotika Pesan Moral dalam Film Pendek Pitutur Produksi Paniradya Kaistimewan D.I. Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper PSGESI UWP*, 9(01). <https://doi.org/10.38156/gesi.v9i01.212>
- Amalia, N. (2024, Desember 25). Wanita dalam Dinamika Perubahan Sosial: Antara Kemandirian dan Ekspektasi. *Kumparan.com*. https://kumparan.com/24_nadiya-amalia/wanita-dalam-dinamika-perubahan-sosial-antara-kemandirian-dan-ekspektasi-248TlDtKGlm/full
- Aprilia, E., Ritonga, M. H., & Riza, F. (2022). Representasi “Ghibah” dalam Film Tilik (Short Movie 2018). *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 3(1), 35. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Azman. (2016, Desember). Strategi Public Relations Membangun Citra Positif dalam Film “Hancock” (Studi Terhadap Nilai-Nilai Dakwah Islam). *Jurnal Al-Bayan*, 22(34).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2005). *Effective Public Relations (9th Edition)* (Effective Public Relations) (9th ed.). Prentice Hall.
- Ernawati, A., & Triyono, A. (2023, September). Representasi Citra Perempuan dalam Film Televisi Crazy Not Rich Mentog di Warteg. *Jurnal Panggung*, 33(3).

- Ernawati, E. (2023). epresentasi citra perempuan dalam film televisi Crazy Not Rich Mentog di Warteg. *Panggung Jurnal Seni Budaya*, 3(3).
<https://doi.org/10.26742/panggung.v33i3.2757>
- Fadhillah, R. A., & Tahapari, H. (2023). Peran Sutradara Dalam Pembuatan Film Pendek “Salah Kabar Bikin Bubar”. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 5(2), 26-36.
- Frecè*, J. T., & Harder, D. (2022, April). Defining Corporate Values to Signal Functionality in Stakeholder Communication. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 8(4).
<https://doi.org/10.24451/arbor.17130>
- Green, A. (2010). *Creativity in Public Relations* (4th ed.). Kogan Page.
- Hall, S., Nixon, S., & Evans, J. (1997). The Work of Representation. In *Representation: cultural representations and signifying practices*. Sage in association with the Open University.
- Harjono, A. C., Choirunnisa, Z., & Febriana, F. N. (2025, Desember). Konvergensi Media di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis tentang Integrasi Penyiaran Digital dan Media Sosial dalam Membangun Keterlibatan Audiens. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 11(2), 398.
<https://doi.org/10.52447/promedia.v11i2.8697>
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2).
- Lbs, A. Z., Nasution, C. R., Venia, D. T., Priyandira, R., & Ginting, E. I. A. (2025, Desember). Analisis Kinerja Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Engagement Audiens. *Jurnal Mudabbir (Journal Research and Education Studies)*, 5(2), 4476.
<https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i2.2248>

- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 1(1).
- Mukhyar. (2023). Pendidikan Berbudaya Perspektif Pemikiran Max Weber. *EDUSIANA: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(1). <https://doi.org/10.70437/edusiana.v1i1.38>
- Murdiyanto, D. E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Murnawati, A., Irmawati, I., Ria, S., & Maulana, J. (n.d.). Strategi Efektif dalam Manajemen Hubungan Masyarakat di Era Digital. *MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekonomi*, 20(8). 10.8734/mnmae.v1i2.359
- Nasution, A. N., Hasanah, A. N., & Nurzannah. (2025). Muhammadiyah dan Pemberdayaan Perempuan : Pandangan Muhammadiyah Terhadap Isu Perempuan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Pendidikan Islam [JIPPI]*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/jippi.v3i1.87>
- Nasution, M.Pd, D. A. F. (2023). In *Metode Penelitian Kualitatif* (pp. 1-179). CV. Harfa Creative.
- Nugraha, F., & Alfaujianto, M. (2026). Visual Storytelling dalam Film Pendek sebagai Media Komunikasi Visual. *Creativa Scientia*, 3(1).
- Nuraulia, M. D., Hasan Suaedi, & Vardani, E. N. A. (2025). Representasi Feminisme Novel Perempuan Di Titik Nol Karya Nawal El Saadawi. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, 11(2). <https://doi.org/10.30605/onoma.v11i2.5912>
- Nurulbaiti, S. F. (2025). Representasi postfeminisme citra perempuan tangguh dalam film live-action Disney "Mulan" = Postfeminist representation of the image of strong women in Disney's live-action film Mulan. *Universitas Hasanudin*.

- Prameswari, V. P., Ramadhan, B. A., Maulidya, N. N., Alifia, Z. A. M., Nisaa, N. S. F., Permata, A. A. C., & Wiyata. (2025, Mei). Representasi Komunikasi Remaja dalam Film Dilan 1990 dan Pengaruhnya terhadap Citra Pariwisata Kota Bandung. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(2).
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i2.1850>
- Putra, D. E. (2023). Representasi Citra Perempuan Dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes Film Makmum: The Movie). *Universitas Islam Indonesia*.
- Putri, A., & Nurhajati, L. (2020). Representasi perempuan dalam kukungan tradisi Jawa pada film Kartini karya Hanung Bramantyo. *ProTVF*, 4(1).
- Rahma, A. A., Widjanarko, W., & Novianti, W. (2026, Februari). Optimalisasi Media Digital dalam Pengelolaan Public Relations di UIN Raden Mas Said Surakarta. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.5965>
- Rahmayana, A. S., Udu, S., & Sahidin, L. O. (2026). Representasi Budaya Buton dalam Film Komang melalui Perspektif Stuart Hall. 1, 1.
- Setyo, T. P. (2026). "Representasi sebagai Praktik Produksi Makna: Studi Konseptual Pemikiran Stuart Hall dalam Program Talk Show Religi Kajian Hati di TRANS TV. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(4).
<https://doi.org/10.62281/nq6k7h19>
- Shervy, L. (2024). Representasi Public Relations dalam Film Hancock. *Universitas Mercu Buana*.
- Sobari, T., & Silviani, I. (2019). Representasi Perempuan melalui Perspektif Sara Mills dalam Media Detik.Com dan Kompas.com. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*.
[https://www.academia.edu/165493229/Representasi Perempuan melalui Perspektif Sara Mills dalam Media Detik Com dan Kompas com](https://www.academia.edu/165493229/Representasi_Pemempuan_mela_lui_Perspektif_Sara_Mills_dalam_Media_Detik_Com_dan_Kompas_com)

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tahani, S., Algifahmy, A. F., & Hidayanti, E. (2024). Representasi Perempuan yang Memiliki Mental Sehat dan Berdaya dalam Akun Instagram @analisa.widyaningrum. *International Conference on Interdisciplinary Gender Studies*, 7(1). <https://proceeding.uinsuku.ac.id/index.php/ICIGS/article/view/1281>
- Wardani, N. I., Wijayanti, L. A., Siburian, U. D., Prayogi, A., Faisal, A. D., Hikmah, Ria, M. B., & Ujung, R. M. (2023). Manusia Sebagai Makhluk Berbudaya. In *Ilmu Sosial Budaya Dasar untuk Kebidanan* (pp. 47-51). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Wulandari, N. D., & Raina, P. R. (2025). Konstruksi citra positif perusahaan rokok melalui film bertema batik. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(1), 177–189. <https://doi.org/10.30738/sosio.v11i1.18901>
- Yunandika, N. P., & Bangun, C. R. A. (2024). The Role of Public Relations in Digital Era The Role of Public Relations in Digital Era: Storytelling Strategy to Develop Corporate Reputation. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 11(02).