

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambar. (2017). *Komunikasi Gender yang Bagus dan Penjelasmnya*. Diakses dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-gender> pada tanggal 19 Juni 2020.
- Amiruddin, M. (2013). *Mengurai Kehidupan Mulai dari Istilah Gender*. Diakses dari <https://www.jurnalperempuan.org/> pada tanggal 16 Mei 2020.
- Anggraini. (2015). *Representasi Sebagai Perangkat Konsep yang Menghubungkan Bahasa dan Makna*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020 dari <https://www.kompasiana.com>
- Astuti, S.I. (2006). *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Benteng.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2016). *Percentage of Households by Province, Urban-Rural Classification, and Sex of Household Headed, 2009-2015 (Indonesia)*. Jakarta, Indonesia: Statistics Indonesia.
- Beynon, J. (2002). *Masculinities and culture*. Buckingham: Open University Press.
- Brunell, L., & Burkett, E. (2020). *Feminism*. Encyclopedia Britannica. Diakses tanggal 12 April 2020 dari <https://www.britannica.com>
- Creswell, J.W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, Fourth Edition*. London: SAGE Publication.
- Danesi, M. (2011). *Pesan, Tanda, dan Makna Teori Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jakarta: Jalasutra.
- Denzin, N. (2000). *Handbook of Qualitative Research*. California: SAGE
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fowles, J. (1996). *Advertising and Popular Culture*. London: SAGE
- Hall, S. (1995). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: SAGE

- Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2013). *Representation: Edited by Stuart Hall, Jessie Evans and Sean Nixon*. London: SAGE
- Handoko, T. (2005). *Maskulinitas Perempuan dalam Iklan Dalam Hubungannya dengan Citra Sosial Perempuan ditinjau dari Perspektif Gender*. Jurnal "Nirmana" Vol.7 No.1
- Hannam, J. (2007). *Feminism*. New York: Routledge.
- Hoed, B.H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Beji Timur
- Ibrahim, I.S. (2004). *Sirnanya Komunikasi Empatik*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy
- Kozan, A. (2017). *IMDb Mini Biography*. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2020 dari <https://www.imdb.com>
- Kurnia, N. (2004) *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Kurniawan, A.P. (2012). *Feminis yang Maskulin*. Diakses dari [www.lakilakibaru.or.id](http://www.lakilakibaru.or.id) pada tanggal 5 April 2020.
- Masyhuri & Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian –Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama
- Maulana, R. (2020). *Sinopsis "Money Heist", Serial TV Spanyol yang pernah dibintangi Neymar*. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2020 dari <https://www.today.line.me>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media; the Extensions of Man*. New York: Signet Books.
- McQuail, D. (2004). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Milestone, K. & Meyer, A. (2012). *Gender and Popular Culture*. Great Britain: MPG Books Group
- Morissan. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Mustikawati, F. (2019). *5 Alasan Series "Money Heist" Wajib Kamu Tonton*. Diakses tanggal 2 Agustus 2020 dari <https://www.idntimes.com>
- Naully, M. (2003). *Fear of Success Wanita Bekerja*. Yogyakarta: Arti Harapan
- Nur, G. N. (2020). *Perempuan Dalam Femininitas dan Femininitas Baru*. Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender, 16(1), 27-37.
- Nurchahyo, N. (2020). *Money Heist: Mengapa Mereka Memakai Topeng Dali dan Overall Merah*. Diakses tanggal 10 September 2020 dari <https://www.hiburan.harianjogja.com>
- Pina, A. (2017). *Money Heist*. Spanyol: Netflix
- Rahardjo, M. (2011). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. Diakses pada tanggal 19 Juni 2020 dari [mudjiarahardjo.uin-malang.ac.id](http://mudjiarahardjo.uin-malang.ac.id).
- Ritzer-Douglas, G. & Goodman, J. (2003). *Teori Sosiologi Modern Edisi ke-6*. Jakarta: Prenada Media.
- Robert, H. (1998). *Theorizing Masculinity With/ In the Media*. Kentucky: International Communication Assn.
- Schippers, M. (2007). *Recovering the feminine other: masculinity, femininity, and gender hegemony*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press
- Shehan, C. L. (2018). *Gale Researcher Guide for: The Continuing Significance of Gender*. Gale: Cengage Learning
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Sunarto. (2009). *Televisi, kekerasan, dan perempuan*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Surahman, S. (2015). *Representasi Feminisme Dalam Film Indonesia*. Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi). Bandung: Telkom University
- Tierney, H. (1999). *Women's Studies Encyclopedia*. California: Greenwood Publishing Group

Tong, R. P. (2010). *Feminist Thought*. Yogyakarta: Jalasutra

Umar, N. (1998). *Perspektif Gender Dalam Islam*. Jakarta: Paramadina

Wajcman, J. (2001). *Feminisme Versus Teknologi*. Yogyakarta: SBPY

Yahya, R. (2020). *5 Fakta Salvador Dali yang Jadi Simbol Topeng dalam Series Money Heist*. Diakses tanggal 10 September 2020 dari <https://www.zetizen.jawapos.com>