

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anam, Saiful. (2011). *Mudahnya Berfikir Positif*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Anoviani, Ratna. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan : Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hal. 62. Ardianto,
- Butler, Judith. (2011). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London. Routledge
- Danesi, Marcel. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna; Buku Teks Dasar mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif*. Jakarta; Cetakan Gramedia Pustaka.
- Elvinaro & Q-Anees, Bambang. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar – Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. (2004). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Ghony, M.D. dan Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Goodman, George Ritzer & Douglas J., (2003). *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta Kencana Prenada Media Group.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Krissetyoningrum, D. (2014). *Dekonstruksi Maskulinitas dan Feminitas dalam Sinetron ABG*

*Jadi Manten.* Universitas Diponegoro.

- Moleong, L.J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mosse, Julia Cleves. (2004). *Gender Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka. Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. ( 2003). *Teori Sosiologi Modern*. terj. Alimandan, Jakarta: Kencana. hal. 413-414.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soedarsono, R.M. (2003). *Seni Pertunjukan dari Perspektif Politik, Sosial, dan Ekonomi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. hal. 79.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 17. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management and strategy*. Edisi Pertama. Andi : Yogyakarta.
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wajcman, Judi. (2001). *Feminisme Versus Teknologi*. terj. Ima Susilowati. Yogyakarta: SBPY OXFAM UK-I. hal.160-161.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi – Edisi 2*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Yogapratama, David. (2009). *Menjadi Seleb Dalam 20 Menit Lewat YouTube*. Mozarta Mediatama, Yogyakarta.

### **Skripsi**

- Apriani, Eka Yulia. (2018). “Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Media Televisi”, Skripsi, Almater Wartawan, STIKOM, Surabaya.

### **Jurnal**

- Adelia, Fae Dea. (2015). Analisis Semiotika pada Iklan *Pariwisata di YouTube “Imagine Your Korea”*. Departemen Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Depok.
- Adira, Victor; Adirb, George; Pascu, Nicoleta Elisabeta. (2011). Graphic Advertising, As A Specialized Tool Of Communication. *Procedia – Social And Behavioral Sciences*. Halaman 645-649.
- Avellaneda, Dellepiane, Sebastian. (2006). Good Governance, Institutions And Economic Development: Beyond The Conventional Wisdom. In: Paper presented at the Forum de

Recerca, Departament de Ciències Polítiques i Socials, Universitat.

- Creese, G. (2015). Growing Up Where “ No One Looked Like Me ”: Gender , Race Hip Hop and Identity in Vancouver. *Gender Issues*. 201–219. DOI : 10.1007
- Feralina, Novi. (2013). Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal dalam Iklan *Class Mild* Versi “ Macet “ di Media Televisi. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. Hlm. 323-365.
- Kumar Jha, A., Raj, A., & Gangwar, R. (2017). A Semiotic Analysis of portraying Gender in Magazine Advertisements. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 22(5), 1–8.
- Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(Juli), 17–36.
- Kusuma, Made Rahadi P. dan Fitriawan, Rana A. (2020). *Representasi Peran Domestik Perempuan (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Film Animasi Pendek “Bao”)*. Fakultas Komunikasi Dan Bisnis. Universitas Telkom. Bandung.
- Medina, Irene Garcia dan Coreia, Pedro Alvaro Pereia. (2013). Social Media : A Way Of Activism In Digital Marketing Communication. *Revista GEMInIs*. Halaman 125-133.
- Minakshi Dutta, Minakshi. (2011). Screening The Urban: An Analysis Of The Urban Life And Subjectivities In The Assamese Films Of Bhabendra Nath Saikia And Jahnu Barua. *Cinej Cinema Journal*. Halaman 130-146, DOI 10.5195.
- Nugroho, Bernadus Dwi Setyo. (2019). *Makna Pesan Non Verbal dalam Iklan Tokopedia “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik”*. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. Bandung.
- Nurnanengsi. (2016). *Representasi Konsep Cantik dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika dalam “Iklan Pelembab Wajah Fair & Lovely Versi Gita Virga”)*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.
- Petrovici, Iasmina. (2014). Aspects Of Symbolic Communications In Online Advertising. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. Halaman 719 -723. DOI 10.1016.
- Sihombing, Yoanda Pragita. (2016). Isu Seksisme Komunikasi Visual dalam Bingkai Semiotika (Studi Kasus pada Iklan United Nation Woman). *Jurnal Inovasi*. Universitas Bina Darma. Hlm. 45-58. ISSN 1979-7729.
- Sitanggang, Asima Oktavia. (2019). Konstruksi Makna Iklan “GOJEK Mempersembahkan: Cerdikiawan”. *Jurnal Spektrum Komunikasi*. Vol 7 No 2. ISSN 2338-0861.
- Syahfitri, Yunita. (2011). Teknik Film Animasi dalam Dunia Komputer. *Jurnal Saintikom*. Vol. 10, No. 3. hlm. 213 – 217 (diakses pada 28 Februari 2019 pukul 13.43).
- Tanjung, S. (2012). Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia Sumekar Tanjung Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. *Komunikasi*, 6(2), 91–104.
- Utami, Amanda Kirana. (2019). *Representasi Multikultural dalam Iklan Go-Jek Versi Cari Pahala di YouTube*. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. Bandung.
- Yogapratama, David. 2009. Menjadi Seleb Dalam 20 Menit Lewat YouTube. Mozarta Mediatama, Yogyakarta.

## Internet

GOPAY Indonesia. (2020). Pevita Ditembak, JoTa Bertindak. [online]. dikutip dari:  
<https://www.youtube.com/watch?v=V4cfEkJABZw>. pada 05/09/2020

Pranita, Ellyvon.(2020).Diumumkan Awal Maret,Ahli: Corona Masuk Indonesia dari Januari.  
[online]. dikutip  
dari:<https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>. Pada 05/09/2020

PT. GOJEK Indonesia. (2020). Tentang Perusahaan. [online]. dikutip dari:  
<https://www.GOJEK.com/about/>. Diakses pada 12/09/2020

Ramdhani, Pipit Eka. (2020). Ada Virus Corona, Pembayaran Digital Meningkatkan  
Capai 2,2 Juta Transaksi di Maret 2020. [online]. dikutip dari  
:<https://www.merdeka.com/uang/ada-virus-corona-pembayaran-digital-meningkat-capai-22-juta-transaksi-di-maret-2020.html>. pada 05/09/2020