

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. J. (2020). *Makna Cantik dalam Iklan Pond's x Maudy Ayunda Limited Edition (Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/159720/slug/makna-cantik-dalam-iklan-pond-s-x-maudy-ayunda-limited-edition-analisis-semiotika-roland-barthes-.html>
- Amzad Hossain, M., & Fu, W. H. (2014). Young Girls and Flying Images: A Semiotic Analysis of Hayao Miyazaki's Animations. *Journal of Visual Literacy*, 33(2), 97–119. <https://doi.org/10.1080/23796529.2014.11674719>
- Anindita, S. N. (2018). *MITOS CANTIK PADA IKLAN PERAWATAN KULIT LANEIGE (Analisis Semiotika pada Iklan YouTube versi "Waterbank Series")*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/142960/slug/mitos-cantik-pada-iklan-perawatan-kulit-laneige-analisis-semiotika-pada-iklan-youtube-versi-waterbank-series-.html>
- Azalia, L. (2019). *Representasi Feminisme dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Ocean's 8)*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/151996/slug/representasi-feminisme-dalam-film-analisis-semiotika-roland-barthes-dalam-film-ocean-s-8-.html>
- CNN Indonesia. (2019a). INFOGRAFIS: Grab, 1 dari 16 Perusahaan Decacorn Dunia. www.cnnindonesia.com website:
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190228175515-188-373561/infografis-grab-1-dari-16-perusahaan-decacorn-dunia>
- CNN Indonesia. (2019b). Pelecehan Pada Perempuan Banyak Terjadi Saat Malam. cnnindonesia.com website: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190424174002-284-389306/pelecehan-pada-perempuan-banyak-terjadi-saat-malam>
- CNN Indonesia. (2019c). Survei: 3 dari 5 Wanita Alami Pelecehan di Bus Hingga

Ojol. [www.cnnindonesia.com website: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191128093808-282-452222/survei-3-dari-5-wanita-alami-pelecehan-di-bus-hingga-ojol](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191128093808-282-452222/survei-3-dari-5-wanita-alami-pelecehan-di-bus-hingga-ojol)

Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*. New York: M.E. Sharpe.

Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.

Devianti, N. A. (2016). *Representasi Maskulinitas pada Perempuan melalui Tokoh Angel dalam Situasi Komedi "Tetangga Masa Gitu?"*.
<http://repository.unair.ac.id/41249/>

Ekman, P., & Friesen, W. V. (2003). *Unmasking The Face: A guide to recognizing emotions from facial expressions*. San Francisco: Malor Books.

Grab. (2020). Kini, jalan malam dengan GrabCar seaman siang hari karena GrabCar aman untuk semua. www.grab.com website:
<https://www.grab.com/id/en/blog/perjalanan-grab-mu-makin-aman-dengan-fitur-pusat-keselamatan/>

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Thousand Oaks: SAGE.

Hanum, F. (2018). *Kajian & Dinamika Gender*. Malang: Cita Intrans Selaras.

Humaeni, A. (2015). Tabu Perempuan dalam Budaya Masyarakat Banten. *Humaniora UGM*, 27, 174–185. <https://journal.ugm.ac.id/jurnal-humaniora/article/view/10585>

Ikbar, Y. (2014). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif: Panduan Membuat Tugas Akhir/Karya Ilmiah* (2nd ed.). Bandung: Refika Aditama.

Indriani, R. T. (2013). Representasi Gaya Hidup Wanita Kosmopolitan pada Majalah Dewi. *Journal Unair*. [http://journal.unair.ac.id/filerPDF/ArtikelJurnal - Reita Indriani 070810665 \(B\).doc](http://journal.unair.ac.id/filerPDF/ArtikelJurnal-ReitaIndriani070810665(B).doc)

Katadata. (2019). Pelecehan Seksual Masih Menghantui. katadata.co.id website:
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a4c4a98d99/pelecehan-seksual-masih-menghantui>

- KBBI. (2016). KBBI Daring. Retrieved from www.kbbi.kemdikbud.go.id website: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pengarusutamaan>
- Komnas Perempuan. (2020). Catatan Tahunan Kekerasan Terhadap Perempuan 2020. www.komnasperempuan.go.id website: <https://www.komnasperempuan.go.id/reads-catatan-tahunan-kekerasan-terhadap-perempuan-2020>
- Kosut, M. (2012). *Encyclopedia of Gender in Media*. Thousand Oaks: SAGE.
- Lubis, A. Y. (2016). *Pemikiran Kritis Kontemporer: Dari Teori Kritis, Cultural Studies, Feminisme, Postkolonial Hingga Multikulturalisme* (2nd ed.). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Malika, I., & Lestari, S. P. (2018). Analisis Semiotika dalam Iklan “Fair And Lovely” Versi Nikah Atau S2. *Jurnal Egaliter*., 1(2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/904>
- Marhaeni, D. (2020). Representasi Anak-Anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi “MAKNA,”* 1. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/94/71>
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (2nd ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natalia, E. I., & Rohmiati. (2019). Representasi Gender dalam Iklan Produgen Versi ‘Two Stories’ di Facebook Fanpage. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 58–79. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/851>
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film Edisi Kedua* (1st ed.). Yogyakarta: Montase Press.
- Priani, C. R. S. (2020). *Representasi Makna Cerdikiawan dalam Iklan Gojek “Gojek Mempersembahkan: Cerdikiawan” (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/162896/slug/representasi-makna-cerdikiawan-dalam-iklan-gojek-gojek-mempersembahkan-cerdikiawan-analisis-semiotika-roland-barthes-.html>

- Putri, R. E. (2018). *Makna Kasih Sayang dalam Iklan Ramadhan Ramayana Departement Store “Bahagiannya Adalah Bahagiaku” (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/142959/slug/makna-kasih-sayang-dalam-iklan-ramadhan-ramayana-department-store-bahagiannya-adalah-bahagiaku-studi-analisis-semiotika-roland-barthes-.html>
- Rahayu, M. (2011). *Iklan Televisi Citra Versi Women Empowerment (Analisis Semiotik Konstruksi Ideologi Ekofeminisme pada Iklan Televisi Citra Versi “Women Empowerment.”)*
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/abstrak/18848/Iklan-Televisi-Citra-Versi-Women-Empowerment-Analisis-Semiotik-Konstruksi-Ideologi-Ekofeminisme-pada-Iklan-Televisi-Citra-Versi-Women-Empowerment>
- Rahmatullah, M. N. (2020). *Representasi Feminisme dalam Film Snow White and The Huntsman*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/156523/slug/representasi-feminisme-dalam-film-snow-white-and-the-huntsman.html>
- Rhani, G. K. (2014). Gambaran Perempuan Karir dalam Program News for Woman SBO TV. *Journal Unair*. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm0b09f80fe1full.pdf>
- Ringel, S. (2018). Representations of the German woman’s body in the official Nazi women’s magazine. *Feminist Media Studies*, 20(2), 238–255.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1546204>
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender & Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Sandi, T. T. D. P. (2019). *Representasi Perjuangan Perempuan dalam Film Marlina si Pembunuh Empak Babak (Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
https://fud.iain-surakarta.ac.id/akasia/index.php?p=show_detail&id=5551&keywords=
- SDGs 2030 Indonesia. (2017). Tujuan 05 Mencapai Kesetaraan Gender dan Memberdayakan Semua Perempuan dan Anak Perempuan.

sdg2030indonesia.org website: <https://www.sdg2030indonesia.org/page/13-tujuan-lima>

- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi* (6th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Strom, M. (2016). Spanish-language print media in the USA: A social semiotic analysis of ideological representations in photojournalism. *Social Semiotics*, 26(2), 151–169. <http://dx.doi.org/10.1080/10350330.2015.1080039>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. I., Hidayatullah, A., Rahmawati, Y., Mayangsari, & Rahmi. (2002). Representasi Perempuan Tangguh dalam Iklan Shampoo “Pantene Pro-Vitamin Series.” *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 7(1), 158–167. <http://komunikasistisip.ejournal.web.id/index.php/komunikasistisip/article/view/262>
- tirto.id. (2017). Kenapa Koki Pria Mendominasi Dapur-dapur Hotel daripada Perempuan? tirto.id website: <https://tirto.id/kenapa-koki-pria-mendominasi-dapur-dapur-hotel-daripada-perempuan-cBpF>
- Triswiyanto, D. Y. (2017). Representasi Peran Gender dalam Video Iklan Lifebuoy Help A Child Reach 5 Berjudul Tree of Life. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 5(2), 1–10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/7077>
- Umanailo, M. C. B. (2020). Analisis Semiotika Busana Adat Bagi Perempuan di Pulau Buru. *Journal USM*, 22(1), 29–37. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2089>
- Vera, N. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (2nd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Winarni, R. W. (2010). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan. *Deiksis*, 2(2), 134–152. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/399>
- Yuliang, C. (2010). A semiotic analysis of female images in Chinese women’s

magazines. *Social Sciences in China*, 31(2), 179–193.
<http://dx.doi.org/10.1080/02529201003794957>

Zhen Sun, W. L. (2015). Gendered Construction of Macau Casino: A Social Semiotic Analysis of Tourism Brochures. *Leisure Studies*.
<http://dx.doi.org/10.1080/02614367.2015.1009847>