

DAFTAR PUSTAKA

- Amda, K., & Fitriyani, R. (2016a). *Membaca Ekspresi Wajah* (D. Ambarwaty, Ed.). Huta Publisher.
- Amda, K., & Fitriyani, R. (2016b). *Membaca Ekspresi Wajah* (D. Ambarwaty, Ed.). Huta Publisher.
- Amda, K., & Fitriyani, R. (2016c). *Membaca Ekspresi Wajah* (D. Ambarwaty, Ed.). Huta Publisher.
- Astuti, Y. D. (2016). MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25–32.
- Basrowi. (2005). *Pengantar Sosiologi*. Ghalia Indonesia.
- Bungin, B. M. (2008). *Konstruksi sosial media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Chunawalla, S. A. (2010). *Mass Communications and Media Studies: Masscommmedia*.
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). Digital Cultures understanding new media. In *Mc Graw Hill*.
- Creswell, J. W. (2015). Research Design. In V. Knight (Ed.), *Syria Studies* (4th Editio, Vol. 7, Issue 1). SAGE Publications, Inc.
https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- Dana, S., & Retnani, P. (2017). FEMINISME DALAM PERKEMBANGAN ALIRAN PEMIKIRAN DAN HUKUM DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 1(1), 95–109. <https://doi.org/10.24246/ALETHEA.VOL1.NO1.P95-109>
- DANCOW 3+ Nutritods Madu 800gr | DANCOW Parenting Center. (n.d.). Retrieved June 7, 2022, from <https://www.dancow.co.id/dpc/produk/dancow-3-plus-nutritods-madu-800gr>
- DANCOW FortiGro Instant 800gr | DANCOW Parenting Center. (n.d.). Retrieved June 7, 2022, from <https://www.dancow.co.id/dpc/produk/dancow-fortigro-instant-800gr>
- DeVito, J. A. (2007). The Interpersonal Communication Book. In *Film Comment* (Vol. 43, Issue 1). <https://doi.org/10.4324/9781315594415-14>
- Dr. Drs. Ido Prijana Hadi, M. S., Megawati Wahjudianata, S. S. M. M. K., & Inri Inggrit Indrayani, S. I. P. M. S. (2020). *KOMUNIKASI MASSA*. Penerbit Qiara Media.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Taylor & Francis.
- Fiske, J. (2018). *Cultural and communication studies: sebuah pengantar paling komprehensif* (I. S. Ibrahim, Ed.). JALASUTRA.

- Forkner, S. R. (2015). TWO SHOT THEORY IN FILM STUDIES. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(2).
- Gambaran Perempuan di Media Penyiaran Dinilai Masih Erat dengan Ketidakadilan Gender. (2020, October 14). <https://nasional.kompas.com/read/2020/10/14/12060341/gambaran-perempuan-di-media-penyiaran-dinilai-masih-erat-dengan?page=all>
- Haryati, H. (2012). Konstruktivisme Bias Gender Dalam Media Massa. *Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 10(1), 41–55.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ibrahim, I. S., & Suranto, H. (1998). *Wanita dan media: konstruksi ideologi gender dalam ruang publik Orde Baru*. Remaja Rosdakarya.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Penerbit Andi.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Mazur, A. G. (2008). *Politics, Gender, and Concepts: Theory and Methodology Exercises*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511755910>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory, 6th ed* (2nd ed.). Sage Publications.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Salemba Humanika.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Mudafiuddin, B. (2020). REPRESENTASI PERAN IBU DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN BERTEMA HARI IBU). *Jurnal Common*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V4I1.2253>
- Phengkarsa, A., Kwanda, T., & Wahjudi, D. (2017). ANALISA PENGARUH BUDAYA DAN SOSIAL TERHADAP NIAT KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN MEWAH DI MAKASSAR. *Dimensi Utama Teknik Sipil*, 4(1), 41–47. <https://duts.petra.ac.id/index.php/duts/article/view/96/79>
- Pratista, H. (2008). *Memahami film*. Homerian Pustaka.
- Pratiwi, H. A., & Wiyanti, E. (2017). Representasi Kesetaraan Gender pada Iklan (Tinjauan Semiotika Citra Laki-Laki dalam Keluarga pada Iklan Televisi). *Jurnal Desain*, 4(03), 212. <https://doi.org/10.30998/jurnal desain.v4i03.1634>
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.
- Pujiyanti, U.-. (2021). *KARAKTERISTIK MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS GENDER*. <https://doi.org/10.20961/jas.v10i1.40328>
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Grasindo. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>

- Rahayu, N. U., & Afrianto, D. T. (2017). REPRESENTASI CITRA LAKI-LAKI DALAM IKLAN GATSBY STYLING POMADE KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *CAPTURE : Jurnal Seni Media Rekam*, 9(1). <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/capture/article/view/2060/1947>
- Rahmawati, A. S., Tripambudi, S., & Lestari, P. (2014). Bias Gender dalam Iklan Attack Easy di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 221–232. <https://doi.org/10.31315/JIK.V8I3.131>
- Rasyid, T. (2002). *HAK ASASI MANUSIA DAN IDEOLOGI GENDER*. Palembang Sumatra Selatan : Puspa Indonesia.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Garudhawaca. <https://books.google.co.id/books?id=tDUtDQAAQBAJ>
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*.
- Santoso, W. M. (2011). *Sosiologi Feminisme: Konstruksi Perempuan dalam Industri Media*. Penerbit \& distribusi, LKiS.
- Sari, S. (2012). STEREOTIP, BAHASA, DAN PENCITRAAN PEREMPUAN PADA IKLAN DALAM PERSPEKTIF BUDAYA POPULER. *Observasi*, 10(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supratman, L. P. (2012). Representasi Citra Perempuan di Media. *Observasi*, 10(1).
- Svanera, M., Benini, S., Adami, N., Leonardi, R., & Kovács, A. B. (2015). Over-the-shoulder shot detection in art films. *Proceedings - International Workshop on Content-Based Multimedia Indexing, 2015-July*. <https://doi.org/10.1109/CBMI.2015.7153627>
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, H. I. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia : harapan, dinamika, dan capaian kebijakan media baru di Indonesia*. Gadjah Mada University Press.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Yusanto, F. (2020). *Semiotika Iklan Televisi : Aplikasi Praktis Dalam Penelitian Komunikasi*. Tel-U Press.
- Yusanto, F., & Esfandari, D. A. (2021). *Buku Ajar Produksi Program Televisi*. Deepublish.