

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halik. (2013). *Komunikasi Massa*. 36. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf)
- Afifah, D. (2021). *Pengarusutamaan Gender (PUG) adalah Jalan Menuju Kesetaraan*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-lampung/baca-artikel/14208/Pengarusutamaan-Gender-PUG-adalah-Jalan-Menuju-Kesetaraan.html>
- Amini, A., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *ANALISIS RESEPSI PENONTON WANITA TERHADAP MASKULINITAS DALAM FILM " DILAN 1990 "*.
- Baran Stanley J. (2003). No Title. In *Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and Future, 3rd edition*. Thomson.
- Bun, Y., Taib, B., & Mufidatul Ummah, D. (2020). ANALISIS POLA ASUH OTORITER ORANG TUA TERHADAP PERKEMBANGAN MORAL ANAK. *JURNAL ILMIAH CAHAYA PAUD*, 2(1), 128–137. <https://doi.org/10.33387/cp.v2i1.2090>
- Dan, W. J. S., & James W. Tankad, J. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. KENCANA PRENADA MEDIA GRUOP.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619>
- Hafizah Rana. (2020). *Review Film: "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini."* Herworl.Co.Id. <https://www.herworld.co.id/article/2020/1/12547>
- Haquq, R. (2020). Uji Uses and Gratifications dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1378>
- Hawari, I. (2007). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP GAYA HIDUP CLUBBING YANG DITAMPILKAN MELALUI FOTO DALAM AKUN*

INSTAGRAM @ INDOCLUBBING Idham Hawari Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Airlangga. 1–11.

Kusumawati, L. J. D. (2016). *MASKULNITAS DALAM IKLAN PRODUK PERAWATAN WAJAH UNTUK LAKI-LAKI*.

Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/jkom>

Morissan. (2013). *TEORI KOMUNIKASI INDIVIDU HINGGA MASSA* (Di. Boss Man (ed.); Edisi Revi). Prenadamedia Group.

Nasrullah, D. R. (2018). *Khalayak Media Identitas, ideologi dan perilaku pada era digital* (Nunik Siti Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. KENCANA.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=TQPwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+khalayak&ots=z_CJgTEGlm&sig=0KGGt3whl9PO1vc-k7LFZ7CokJQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Natalie, M. B., Putra, F. W., Rossafine, T. D., Ilmu, F., Media, B., & Ciputra, U. (2022). *Studi Tokoh Utama Film Mulan : Analisis Resepsi terhadap Hegemoni Maskulinitas*. 4, 68–75.

Ningsih, Bakti Marga, C. A. W. (2014). *PENINGKATAN DISIPLIN SISWA DENGAN LAYANAN INFORMASI MEDIA FILM*. *Introduction to Machine Learning with Applications in Information Security*, 1, 93–108. <https://doi.org/10.1201/9781003264873-6>

Noviadhista, U. F., Prasetyo, B. D., & Antoni. (2019). Komodifikasi Identitas Tionghoa Dalam Humor: Studi Encoding/Decoding Stuart Hall Tentang Pertunjukan Stand-Up Comedy Ernest Prakasa. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 2(3), 161–177. <https://doi.org/10.54783/japp.v2i3.28>

Nurudin. (2014). *PENGANTAR KOMUNIKASI MASSA* (fajargrafika@yahoo.co.in (ed.); 1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.

- Petra, U. K., Christie, B., Hadi, I. P., Wahjudianata, M., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2009). *Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Film “ My Stupid Boss2 ” Pendahuluan.*
- Pratami, R. (2020). *Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Televisi Men ' s Biore Cool Oil Clear.* 14(April), 119–138.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol14.iss2.art2>
- Rokhimah, S. (2014). PATRIARKHISME DAN KETIDAKADILAN GENDER | MUWAZAH: Jurnal Kajian Gender. *Jurnal Kajian Gender*, 6(1), 1–14. <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/Muwazah/article/view/440>
- Runtiko Ganjar, A. (2011). *Konstruksi Budaya Maskulin dalam Iklan.*
- Silvanari, T. A. (2021). *Representasi Karakter Ayah pada Film NKCTHI : Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini.* 2, 55–72.
- Sugeng. (2016). *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF* (K. Sukmawati (ed.); Malang, Ja). Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian.* CV Alfabeta.
- Sumarno. (2020). *Film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” Raih Penghargaan di Shanghai.* Voinews.Id. <https://voinews.id/indonesian/index.php/berita-internasional/item/18212-film-nanti-kita-cerita-tentang-hari-ini-raih-penghargaan-di-shanghai#:~:text=Film berjudul Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini,Award bersama sembilan film lainnya dari berbagai negara.>
- Syulhajji, S., Si, M., Sos, S., & A, M. (2017). *REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM FILM TALAK 3.* 5(2), 1–11.
- Yashi, D. N. (2020). *Tentang Kesetaraan Gender di Indonesia yang Patut Diapresiasi.* GNFI.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/04/20/tentang-kesetaraan-gender-di-indonesia-yang-patut-di-apresiasi>
- Zahara, E. (2018). Analisis Semiotika Film Mengenai Maskulinitas. *Jurnal Network Media*, 1(1), 9.
- Ziwar, B. M. (2021). Representasi maskulinitas pada perempuan dalam iklan gopay

“pevita ditembak, jota bertindak.” *E-Proceeding of Management* :, 8(5), 7336–7350.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16668%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16668/16374>