



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## Daftar Pustaka

- Ambarsiwi, Inne Wahyu. 2012. *Representasi Ideologi Patriarki Dalam Lirik Lagu Mulan Jameela*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Arlinta, Deonisia Graceca Dewi. 2015. *Representasi Budaya Patriarki Dalam Tayangan Mahabharata Episode 153-154*. (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Bagus, L. 1996. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies, Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Bungin, Burhan . 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Christinna, Aniendya. 2012. *Komodifikasi Fitur Tubuh Perempuan Dalam Iklan Produk Makanan (Studi Kasus TVC TIM TAM SLAM dan TIM TAM CRUSH)*. Surabaya : Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya. Diakses 4 Mei 2015. [http://repository.petra.ac.id/15747/1/Publikasi1\\_10024\\_455.pdf](http://repository.petra.ac.id/15747/1/Publikasi1_10024_455.pdf)
- Dahlyah Adhityati. 2005. *Komodifikasi Kelangsingan Tubuh: Analisis Semiotika Terhadap Iklan Produk Pelangsing*. Depok: Universitas Indonesia.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Demartoto, Argy. 2010. *Konsep Maskulinitas Dari Zaman ke Zaman dan Citranya Dalam Media*. Jurnal Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS.
- Dwiyantoro, Adryan Agung. 2014. *Representasi Aktivitas Seksual Perempuan Dalam Iklan TimTam crush dan TimTam Slam ( Analisis Semiotika Charles Sanders Pearce)*. Jurusan ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

- Elfira, Mina. 2008. *Vasilia Maligna Karya A.M Kollontai: Sebuah rekonstruksi atas konsep maskulinitas Rusia*. Dalam Wacana Vol. 10, No.1, April. Depok: FIB UI
- Entwistle, Joanne, & Wilson, Elizabeth. (eds). 2001, *Dress, Body, Culture: Body Dressing*, Berg, UK
- Fajardianie, Dwita. 2012. *Komodifikasi Penggunaan Jilbab Sebagai Gaya Hidup Dalam Majalah Muslimah ( Analisis Semiotika Pada Rubrik Mode Majalah NOOR)*. Universitas Indonesia: Depok
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication studies*. UK: Routledge.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fitroh, Muh Anshori. 2014. *Maskulinitas dalam iklan televisi (Analisi Semiotika Iklan Extra Joss Blend Bukan PHP versi Verrel Bramasta menurut Roland Barthes)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak
- King, Angela. 2004, *The Prisoner of Gender: Foucault and the Disciplining of the Female Body* Vol. 5, No.2, pp. 4
- Komara, Endang H. 2004. *Peran Kapitalisme Pendidikan Dalam Era Globalisasi* [http://www.geocities.ws/endang.komara/PERAN\\_KAPITALISME\\_PENDIDIKAN\\_DALAM\\_ERA\\_GLOBALISASI.htm](http://www.geocities.ws/endang.komara/PERAN_KAPITALISME_PENDIDIKAN_DALAM_ERA_GLOBALISASI.htm) (diakses pada 11 Juni 2015)
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, PT Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. 2012. *Public Relation & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta

- Lukas, Irvans. 2013. *Mitos Kecantikan Perempuan Dalam Iklan* (Studi Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan Olay Total Effect dan Ponds Age Miracle). Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Lull, James. 1997. *Media Komunikasi Kebudayaan: suatu pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication 2th Edition*. London: Sage Publication
- Mulyono, Kussianto. 2006. *Prinsip-prinsip Sensual Ad yang sesuai dengan Periklanan Indonesia Dalam majalah Male emporium Edisi Juli 2004-Juni 2006*. Tersedia di [www.petra.ac.id/journal/design/](http://www.petra.ac.id/journal/design/). (diakses pada tanggal 13 Agustus 2015)
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia Yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga Dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan
- Piliang, Yasraf Amir. 2000. *Perempuan dan Hasrat Kapitalisme*. Bandung: Jelasutra
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika (Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna)*. Bandung: Jelasutra.
- Putra, Dianata Eka. 2013. *Rahasia Bahasa Tubuh*. Jakarta: Titik Media Publisher
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2003. *Teori Sosiologi Modern. Terj. Dari Modern Sociology Theory, Sixth Edition*, oleh Alimandan. Prenada Media. Jakarta.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2010. *Teori Sosiologi Modern: Edisi keenam*. Jakarta: Kencana



- Rosita, Desi Ari. 2011 *Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Iklan AXE* (Studi Semiotik Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan AXE versi AXE Effect di Televisi).
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana Elemen- elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Shimp, Terence A. 1986. *Promotion Management and Marketing Communications*. Orlando, Florida: The Dryden press, Holt, Rinehart and Winston Saunders College Publishing.
- Sobur, Alex. 2004 *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sumartono, H. Basril Djabar. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: meneropong imbas Pesan Iklan televisi*, Jakarta: Alfabeta
- Sugiharti, Siti Hariti Sastriyani. 2007. *Glosariums seks dan gender*. Yogyakarta : Carasvati Books
- Thompson, John.B. 1990. *Ideology & Modern Culture: Critical Social Theory in The Era of Mass Communication*. California: Stanford University Press
- Wahyuningsih, Sri. 2009. *Efek Komodifikasi Perempuan Dalam Iklan: Perspektif Psikologi Komunikasi*. Madura: Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Diakses 4 Mei 2015. [http://lppm.trunojoyo.ac.id/upload/penelitian/penerbitan\\_jurnal/fix%204%20%20naning%20EFEK%20KOMODIFIKASI%20PEREMPUAN%20.pdf](http://lppm.trunojoyo.ac.id/upload/penelitian/penerbitan_jurnal/fix%204%20%20naning%20EFEK%20KOMODIFIKASI%20PEREMPUAN%20.pdf)
- Winardi. 1986. *Kapitalisme Versus Sosialisme, Suatu Analisis Ekonomi Teoritis*. Remadja Karya CV: Bandung
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wibowo, Indiwani S. 2011. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Wibowo, Indiwana S. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Winardi. 1986. *Kapitalisme Versus Sosialisme, Suatu Analisis Ekonomi Teoritis*.  
Remadja Karya CV: Bandung

