



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

BUKU

- Andrejevic, M. dkk. (2015). *Jender, Race, and Class In Media*. USA : Sage Publications.
- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : Jejak Publisher.
- Baksin, A. (2013). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung : Simbiosia Rekatama Media.
- Barsam, R. & Monahan, D. (2016). *Looking At Movies : An Introduction To Film*. New York : W.W Norton & Company, Inc.
- Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology*. New York : Hill and Wang.
- Barthes, R. (1974). *S/Z*. New York : Hill and Wang.
- Barthes, R. (2004). *Mitologi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Berger, A.A. (2000). *Pengantar Semiotika : Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta : Tiara Kencana.
- Brown, B. (2016). *Cinematography Theory and Practice : Image Making for Cinematographers, Directors, and Videographers*. US : Routledge.
- Carah, L.& Louw, E. (2015) *Media & Society*. UK : Sage Publications.

- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna; Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra
- Danesi, M. (2017). *The Semiotics of Emoji : The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. London : Bloomsbury Academic
- DeVito, J. A. (2012). *The Interpersonal Communication Book*. USA : Pearson.
- Fitrah, M.& Luthfiyah, M. (2017). *Metodologi Penelitian ; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi : CV Jejak.
- Frith, K.T. & Mueller, B. (2010). *Advertising and Societies : Global Issues*. New York : Peter Lang Publishing.
- Gilligan, C. & Snider, N. (2018). *Why Does Patriarchy Persist?*. New York : Polity Press
- Hall, S. (2012). *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*. London : Sage Publications.
- Hariandja, M.T.E. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Grasindo.
- Hartley, J. (2010). *Communication, Cultural, and Media Studies : Konsep Kunci*. Yogyakarta : Jalasutra
- Ibrahim, I. S. (2011) *Kritik Budaya Komunikasi : Budaya, Media, dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Ibrahim, I.S. & Akhmad, B.A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kotler, P. & Keller, K. Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktek*. Malang : UB Press.
- Liliweleri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada. Media Group : Jakarta.
- Lindsey, L. L. (2016). *Jender Roles A Sociological Perspective*. New York : Routledge
- MacKinnon, K. (2003). *Representing Men : Maleness and Masculinity in the Media*. New York : Oxford University Press Inc.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang : UB Media.
- Mercado, G. (2011). *The Filmmaker's Eye : Learning and Breaking the Rules of Cinematic Composition*. UK : Focal Press.
- Moleong, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M.A (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Grup.
- Morissan, M.A (2015). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Moss, M.H. (2011). *The Media and the Models of Masculinity*. United Kingdom : Lexington Books.

- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika : Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Bandung : Matahari.
- Raah, H. (2015). *Body Language 101 - Discover the Psychology Secrets of How to Read and Understand Non Verbal Communication*. Axiom Core Publishing.
- Ratna, N. (2010). *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Rey, J. (2015) . *The Male Body As Advertisement : Masculinities In Hispanic Media*. New York : Peter Lang Publishing Inc.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Jender dan Feminisme : Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Garudhawaca : Yogyakarta
- Ross, K. (2012). *The Handbook of Jender, Sex, and Media*. UK : John Wiley & Sons Ltd.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, I. (2013). *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Widyamartaya, A. (1990). *Seni Menggayakan Kalimat : Bagaimana Mengembangkan, Mengefektifkan dan Mencitarasakan Kalimat*. Yogyakarta : Kanisius.
- Wood, J.T. (2009). *Jendered Lives : Communication, Jender, And Culture*. USA : Wadsworth Cengage Learning.
- Wood, J.T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta : Salemba Humanika.

JURNAL

- Ainsley, M.J. (2017). *Korean Soft Masculinity vs Malay Hegemony : Malaysian Masculinity and Hallyu Fandom*. Institute Of Korean Studies.
- Dermatoto, A. (2010). *Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman Dan Citranya Dalam Media*. Jurnal Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNS.
- Nurchahyo, A. (2016). *Relevansi Budaya Patriarki Dengan Partisipasi Politik Dan Keterwakilan Perempuan Di Parlemen*. Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya, 6(01), 25. doi: 10.25273/ajsp.v6i01.878
- Pelana, Z. (2013). *Sejarah Dan Perkembangan Musik Rock Tahun 1950-1980*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta.
- Retnowulandari, W. (2012). *Budaya Hukum Patriarki versus Feminis : Dalam Penegakan Hukum Dipersidangan Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan*. . SHS Web of Conferences, 54, 02008. doi: 10.1051/shsconf/20185402008
- Runtiko, A. G. (2017). *Konstruksi Budaya Maskulin dalam Iklan*. Jurnal Penelitian Komunikasi, 14(1). doi: 10.20422/jpk.v14i1.169
- Zharadont, P. (2017). *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia*. Bandung : Universitas Telkom.

PENELITIAN TERDAHULU

Anshori, M.F. (2014). *Maskulinitas Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Extra Joss Blend Bukan PHP versi "Verrel Bramasta" menurut Roland Barthes)*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

Yuliyanti, F.D & Atwar, B. & Mulyana, S. (2017). *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas)*. Bandung : Universitas Padjajaran.