

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S., Rara Cindoswari, A., & Gea, S. (2018). KREDIBILITAS MEDIA DALAM PEMBERITAAN IMPLEMENTASI KAWASAN EKONOMI KHUSUS KOTA BATAM. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 72–89. <https://doi.org/10.10358/JK.V3i1.252.G269>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *KOMUNIKASI MASSA: SUATU PENGANTAR*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bourdieu, P. (2010). *DOMINASI MASKULIN*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chapman, R., & Rutherford, J. (2014). *Male Order Menguak Maskulinitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Connell, R. W. (2005). *MASCULINITIES* (2nd ed.). Los Angeles: University of California Press.
- Faadihilah, A. N., Hanif, D., & Shidiq, K. A. (2022). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Pria Ideal dalam Iklan Shampoo Clear. *Jurnal Audiens*, 3(2).
- Farlina, N. (2016). REPRESENTASI KEKERASAN SIMBOLIK TERHADAP PEREMPUAN BETAWI DALAM NOVEL KRONIK BETAWI KARYA RATIH KUMALA. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(April), 2016. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/dialektika.v3i1.4181>
- Gusnita, C. (2017). Kekerasan Simbolik Berita Kriminal di Media Massa. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 1(1), 71–82.
- Hermawan, A. (2017). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hidayat, R. (2020). *Maskulinisme dalam Konstruksi Ilmu*. Depok: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'lyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Kriyantono, R. (2006). *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Kunandar, A. Y. (2021). *MEMAHAMI DASAR-DASAR PERIKLANAN*. Sleman: GALUH PATRIA.
- Liliyana, Lancia, F., & Aziz, A. (2021). Representasi maskulinitas perempuan dalam iklan kosmetik Lakme versi Agnezmo dan Megan Fox (Analisis semiotika Roland Barthes). *Jurnal Akrab Juara*, 6(5), 185–196.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *TEORI KOMUNIKASI* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

- Muslim, M. (2020). Persepsi Masyarakat Bogor Terhadap Iklan Youtube Grab. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 26(1), 1–16.  
<https://doi.org/10.33751/wahana.v26i1.2103>
- Nurhadi, Z. F. (2020). Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 170.  
<https://doi.org/10.33884/commed.v4i2.1585>
- Panjaitan, R. (2017). *Metodologi Penelitian*. Kupang: Jusuf Aryani Learning.
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 16–30.  
<https://doi.org/10.33376/ic.v1i1.354>
- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtasaya EKONOMIKA*, 12(2), 212–231.
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *GLOBAL KOMUNIKAS*, 1, 18–29.
- Sakina, A. I., & A., D. H. S. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki Di Indonesia. *Share : Social Work Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.24198/share.v7i1.13820>
- Samovar, L., Porter, R., & McDaniel, E. (2014). *KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA* (7th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Santosa, S. (2009). *CREATIVE ADVERTISING*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sanusi, N. (2014). *Maskulinitas dalam Iklan Gillette We Believe : What Best Man Can Be* Nunung Sanusi Ryzal Dwiputra. 61–69.
- Sari, K. W., & Haryono, C. G. (2018). Hegemoni Budaya Patriarki Pada Film ( Analisis Naratif Tzvetan Todorov Terhadap Film Kartini 2017 ). *Semiotika*, 12(1), 36.  
 Retrieved from <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v12i1.1542>
- Sobur, A. (2006). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI* (3rd ed.). Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA BANDUNG.
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Band: Penerbit Alfabeta.
- Suprpto, T. (2011). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Yogyakarta: CAPS.
- Syariah, F., Sunan, U. I. N., & Surabaya, A. (2015). Mekanisme Kekerasan terhadap Perempuan dalam Rumah Tangga Perspektif Teori Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu Ita Musarrofa Pendahuluan Banyaknya kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga mendorong masyarakat , terutama kalangan perempuan , mengupayakan be. *Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 49(2).
- Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI : Aplikasi Praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.

Zuhri, S., & Amalia, D. (2022). Ketidakadilan Gender dan Budaya Patriarki di Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Murabbi : Jurnal Ilmiah Dalam Bidang Pendidikan*, 5(1), 17–41. Retrieved from <https://ejournal.stitalhikmah-tt.ac.id/index.php/murabbi/article/download/100/99>