

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti. dkk. (2021). *Dasar Dasar Periklanan* . Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Anang, F. (2020 ). *Komunikasi Pemasaran* . Jawa Timur: Qiara Media.
- Banjafnavor, A. . (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Fatimah. (2020). *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat* . Sulse : Tallasa Media .
- Hadi, A. dkk. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Jawa Tengah : Pena Persada .
- Hanum, F. (2018). *Kajian Dan Dinamika Gender*. Jawa Timur: Intrans.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri.
- Hooks, B. (2020). *Feminisme Untuk Semua Orang*. Yogyakarta:Odyssee.
- Mascelli, J. (2010 ). *Lima Jurusan Sinematografi (terj. H. Misbach Yusa)* . Jakarta : FFTV-IKJ.
- Putra, E. (2010 ). *Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh*. Bandung: Kaifa.
- Rokmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender Dan Feminisme Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Shimp, T. (2013). *Advertising, Promotion And Other Spects Of Intergrated Marketing Communications*. South Western: Cengange Learning.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Jawa Barat: Ghalia.
- Wahjuwibowo, I. (2018 ). *Semiotika Komunikasi* . Bogor:Mitra Wacana Media .

Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

## **Jurnal**

Chika A, dkk. (2022). Konsep Diri Perempuan Cantik Di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi No 2, 9*, 214-224.

Dwiki F, D. W. (2018). Penataan Kamera Dalam Film Pendek Tentang Fenomena Gaya Hidup Clubbers Siswi SMA Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Art & Design No 3, 5*, 1040-1048.

Ichsan, W. (2017). Mitos Kebebasan Wanita Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan 3/TRI Versi Kebebasan Wanita Di Televisi). *Jurnal Komunikasi No 2, 8*, 19-23.

Nadiva, A. (2020). Makna Pesan Iklan Neo Coffee "Taste Of Millenials" (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr Moestopo Jakarta*. Retrieved from library.moestopo.ac.id

Nasta S, R. M. (2022). Representasi Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan GrabCar Versi #AmanUntukSemua. *Jurnal Komunikasi, 5*, 44-54.

Novrizal P, dkk. (2020). Fungsi Dan Makna Warna Pada Desain Interior Toko Bersama Anak. *Jurnal Strategi Desain & Inovasi Sosial, 2*, 60-74.

Nurimba, Y. (2020). Pesan Moral Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue). *Universitas Muhammadiyah Makassar*. Retrieved from digilibadmin.unismuh.ac.id

Nurul I, D. R. (2020). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Susu SGM Eksplor Versi "Tunjuk Tangan". *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya, 45-52*.

Rahmat, S. (2017). Pesan Iklan Dalam Membangun Merek. *Jurnal Bisnis Terapan, 1*, 33-42.

Septy W, dkk. (2021). Hubungan Antara Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Perempuan. *Jurnal Penelitian Psikologi No 7, 8*, 194-203.

Sigit S, dkk. (2018). Konstruksi Peran Perempuan Pada Iklan Cetak Mandiri Prioritas Di Majalah Teras. *Jurnal Semiotika, 12*, 230-246.

Situmeang, I. (2015). Representasi Wanita Pada Iklan Televisi Wardah Cosmetic. *Semiotika, 9*, 113-141.

Yolanda S, dkk. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah HighEnd. *Jurnal Lugas No 2, 2*, 59-68.

### **Website**

[www.google.co.id/](http://www.google.co.id/)

[databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

<https://www.kompas.com/>