

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal:

- Aditia, R. (2016). Konstruksi Makna Kebebasan Wanita pada Iklan Tri (3) di Televisi. *Jurnal Online Mahasiswa Fisip*, 3(2), 1–16.
- Drake, V. E. (2017). The Impact of Female Empowerment in Advertising (Femvertising). *Journal of Research in Marketing*, 7(3), 593–599.
- Dwita, D., & Wijayani, I. (2018). Gender Equality in Media Television (Semiotics Analysis of Fair and Lovely Advertisement Issue of Marriage or Master Degree). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(1), 44–53. <http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/5316/3889>
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Hall, S., Hamilton, P., Lidchi, H., Nixon, S., & Gledhill, C. (2009). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (p. 420). The Open University.
- Katz, H. E. (2007). The Media Handbook: a complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying. In *Lawrence Erlbaum Associates, Inc.* Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kirkwood, J. J. (2016). How women and men business owners perceive success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research European Journal of Marketing European Journal of Innovation Management*, 22(5), 32. <http://dx.doi.org/10.1108/13552551111139638%5Cnhttp://>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Lim, D., Baek, T. H., Yoon, S., & Kim, Y. (2020). Colour effects in green advertising. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6), 552–562. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12589>
- Martin, A. E., & Phillips, K. W. (2017). What “blindness” to gender differences helps women see and do: Implications for confidence, agency, and action in male-dominated environments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 142, 28–44. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2017.07.004>
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising*. Kencana Pranada Media Group.
- Mukhasanah, I. (2015). Representasi Simbol Feminisme dalam Iklan Televisi:

- Analisis Semiotika Iklan Top White Coffee Versi Raline Shah. *Jurnal Studi Televisi Dan Film.*, 114.
<http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/65672/AinulLatifah-101810401034.pdf?sequence=1>
- Naz, A., Ashraf, F., & Iqbal, S. (2020). *The Relationship between Higher Education and Women Empowerment in Pakistan.* 3(2), 1–20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32350/uer>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches.* Pearson Education Limited.
- Noor, F., & Wahyuningratna, R. N. (2017). Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan New Era Boots di Televisi (Kajian Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 1–10.
- Nugroho, R. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia* (1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, H. A., & Wiyanti, E. (2017). Representasi Kesetaraan Gender pada Iklan (Tinjauan Semiotika Citra Laki-Laki dalam Keluarga pada Iklan Televisi). *Jurnal Desain*, 4(03), 212. <https://doi.org/10.30998/jurnaladesain.v4i03.1634>
- Qiao, F., & Wang, Y. (2019). The myths of beauty, age, and marriage: femvertising by masstige cosmetic brands in the Chinese market. *Social Semiotics Journal*, 0(0), 1–23.
<https://doi.org/10.1080/10350330.2019.1682279>
- Sharma, S. & D. M. (2019). Women Empowerment Through Advertising. *International Journal of Research in Arts and Science*, 5(Special Issue), 16–22. <https://doi.org/10.9756/bp2019.1001/03>
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi.* PT. Remaja Rosdakarya.
- Stephanie, A & Yogananti, A. F. (2019). Peran Laki-Laki Dalam Kesetaraan Gender Pada Iklan Go Pay x Alfamart versi “#Kebahagiaan Kecil.” *Jurnal Seni Dan Desain*, September, 99–106.
- Utaminingsih, A. (2019). *Gender dan Wanita Karir.* UB Press.
- Vries, D. W. (2006). Gender Bukan Tabu: Catatan Perjalanan Fasilitasi Kelompok Perempuan di Jambi. In *Center for International Forestry Research (CIFOR)*. <https://doi.org/10.17528/cifor/002133>
- Wibowo, I. S. W. (2013). SEMIOTIKA KOMUNIKASI Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi. In *Penerbit Mitra Wacana Media.* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Yuliyanti, F. D., Bajari, A., & Mulyana, S. (2017). Representasi Maskulinitas

Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas). *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.180>

Zoebazary, M. I. (2016). *Kamus Televisi & Film*. Paguyuban Pandhalungan Jember.

Sumber Lain:

Adichie, C. N. (December 2012). *We Should All be Feminist [Video]*. (Diakses pada 25 Maret 2020) https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_we_should_all_be_feminists

Ambar. (2017). *Teori Semiotika Roland Barthes*. (Diakses pada 3 April 2020) <https://pakarkomunikasi.com/teori-semiotika-roland-barthes>.

Bhasin, Hitesh. (2 Mei 2019). *7 Types Of Youtube Ads*. (Diakses pada 28 Juni 2021) <https://www.marketing91.com/7-types-of-youtube-ads/>

Bps.go.id. (2020). *Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi (PT) Menurut Jenis Kelamin 2018-2020*. Diakses pada 9 Juli 2021 <https://www.bps.go.id/indicator/28/1446/1/angka-partisipasi-kasar-apk-perguruan-tinggi-pt-menurut-jenis-kelamin.html>

Fajriana, M. (2016). *Luncurkan Buku, Mooryati Soedibyo Menembus Tradisi*. Diakses pada 11 Juli 2021 <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2489431/luncurkan-buku-mooryati-soedibyo-menembus-tradisi>

Farlex Dictionary of Idioms. (2015). Diakses pada 7 Juli 2021 <https://idioms.thefreedictionary.com/snap+your+fingers>

Jayani, H. B. (2020). *Berapa Jumlah Kekerasan terhadap Perempuan?*. (Diakses pada 3 Januari 2021) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/03/09/berapa-jumlah-kekerasan-terhadap-perempuan#>

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2019). *Menteri Bintang Soroti 5 Isu Prioritas Perempuan dan Anak*. Diakses pada 2 Januari 2021 <https://www.kemennppa.go.id/index.php/page/read/29/2392/menteri-bintang-soroti-5-isu-prioritas-perempuan-dan-anak>

- Kepustakaan-kowani-perpusnas.go.id. (2021). *Dr. BRA Mooryati Soedibyo, S.S., M. Hum.* diakses pada 9 Juli 2021 dari <https://kepuustakaan-kowani.perpusnas.go.id/tokoh-wanita/dr-bra-mooryati-soedibyo-ss-m-hum>.
- Kertopati, L. (2016). *Mooryati Soedibyo Rilis Buku Otobiografi*. (Diakses pada 14 Mei 2020) <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160422124533-277-125828/mooryati-soedibyo-rilis-buku-otobiografi>
- Kirandita, P. (2017). *Kerikil Tajam Dunia Pendidikan untuk Perempuan*. (Diakses pada 01 Mei 2020) <https://tirto.id/kerikil-tajam-dunia-pendidikan-untuk-perempuan-cuHk>
- Mustika Ratu Indonesia. (2020). *Minyak Zaitun Mustika Ratu dan Banyak Manfaat Lainnya Versi Amanda Manopo | FULL TVC 60s* [Video file]. (Diakses pada 25 Maret 2020) <https://youtu.be/cm68jbAkcF8>
- Mustika Ratu Milestone. *Sejarah Mustika Ratu*. (Diakses pada 14 Mei 2020) <https://mustika-ratu.co.id/milestones/>
- Press Release Mustika Ratu. (2020). *Press Release – Amanda Manopo, Brand Ambassador Terbaru Zaitun Series Mustika Ratu*. (Diakses pada 21 Juni 2021) <https://mustika-ratu.co.id/2020/01/press-release-amanda-manopo-brand-ambassador-terbaru-zaitun-series-mustika-ratu/>
- Setya, T. R. *Profil Mustika Ratu*. (Diakses pada 26 Mei 2020) <https://m.merdeka.com/mustika-ratu/profil/>
- Tim Riset dan Publikasi. (2018). *Kesetaraan Gender Kunci Pertumbuhan Ekonomi*. (Diakses pada 27 Mei 2020) <https://katadata.co.id/berita/2018/07/06/kesetaraan-gender-kunci-pertumbuhan-ekonomi>
- TOP BRAND INDEX. (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020). (Diakses pada 3 Juli 2021) https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=mustika%20ratu