

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S., & Indrawan. (2021). *Representasi Perempuan dalam Sinetron Bersimbol Keislaman*. Jurnal Purnama Berazam, 2(2).
- Adi Wijaya, J., & Denny Firmanto, A. (2021). *Representasi Gender pada Film Tilik Menurut Studi Semiotik Roland Barthes*. In Jurnal Ilmu Komunikasi (Vol. 10, Issue 2).
- Admin. (2019). Korban Bersuara, Data Bicara : Sahkan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual sebagai Wujud Komitmen Negara. Catatan Tahunan Komnas Perempuan. <https://komnasperempuan.go.id/catatan-tahunan-detail/lembar-fakta-dan-poin-kunci-catatan-tahunan-komnas-perempuan-tahun-2019>
- Ahmad, R., Yunita, R. (2019). *Ketidakadilan Gender Pada Perempuan Dalam Industri Pariwisata Taman Nasional Komodo*. Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis, 84–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um021v4i2p84-93>
- Amalia, N. (2014). *Kesetaraan Gender di Universitas Malikussaleh* (Hermandar, Ed.). Unimal Press.
- Amalia, P., & Fadli Kalaloi, A. (2022). *Representation of Gender Equality in Downy's Product Advertising: A Semiotic Analysis of Roland Barthes*. Budapest International Research and Critics Institute Journal, 5(2). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5477>
- Apriliandra, S., & Krisnani, H. (2021). *Perilaku Diskriminatif pada Perempuan Akibat Kuatnya Budaya Patriarki di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Konflik*. Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik, 3(1), 1–13. <https://jurnal.unpad.ac.id/jkrk/article/view/31968/14808>
- Artika dan Astika. 2018. Genre Teks Pembuka Wawasan Kritis Pembelajaran Berbasis Teks di Sekolah. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Asmarani, A., & Hidayat, A. (2022). *The Representation of Sumba Women in The Film Marlina The Murderer in Four Acts (An Analysis of Charles Sanders Pierce)*. Dinasti International Journal of Education Management and Social Science, 3(6). <https://doi.org/10.31933/dijemss.v3i6>
- Astri, R., Octavita, I., Yulia, :, & Zaimar, S. (2018). *Semiotic Analysis of Satire Meme Connecting Women's Identity in Brillio Net*. Journal of English Language Teaching, 03(01). <https://ceasefiremagazine.co.uk/in->
- Aulia, Z. (2020). *Women's Faces against Patriarchal Domination A Further Study of the Film Marlina the Murderer in Four Acts using Algirdas Greimas' Narrative Semiotics Theory*. International Journal of Innovative Science and Research Technology (Vol. 5, Issue 9). www.ijisrt.com92
- Aw, S., Sri, D., & Astuti, P. (2013). *Stereotip Perempuan dalam Bahasa Indonesia dalam Ranah Rumah Tangga*. Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik.
- Azeharie, S., Purnama Sari, W., & Irena, L. (2022). *Feminism Perspective on Bridgerton Drama Series*. Journal Tarumanagara International Conference on the Applications of Social and Humanities.
- Azizul, S. (2021). *Representasi Sebagai Jagoan dalam Iklan (Analisis Semiotika Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO Clickbait : Pevita Murka)*. Skripsi Universitas Islam Indonesia.

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/40494/17321073.pdf?sequence=1>

- Badan Pusat Statistik. (2016). *Potret Ketimpangan Gender dalam Ekonomi* (Issue 15). CV. Lintas Khatulistiwa.
- Billah, N. S., & Malau, R. M. U. (2022). #AMANUNTUKSEMUA (*Analisis Semiotika Roland Barthes*). *Jurnal Medialog*, 5(1), 44–54. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1242/1149>
- Christinawati, & Junaidi, A. (2020). *Standar Kecantikan Perempuan Berhijab dalam Iklan Televisi (Analisa Semiotika Iklan Wardah Versi Feel The Beauty)*. *Jurnal Prologia*, 4(1), 209–2014. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6477/5006>
- Daytana, H., Salmun, J., Hetsmon, O., & Daytana, U. (2021). *Pengaruh Ketimpangan Gender pada Perempuan Terhadap Kondisi Ketersediaan Air Bersih Rumah Tangga di Desa Maradesa Timur Kabupaten Sumba Tengah*. *Media Kesehatan Masyarakat*, 3(2), 155–164. <https://doi.org/10.35508/mkm>
- Dhiyaa, T. I. (2021). *Feminisme dan Kebebasan Perempuan Indonesia dalam Filosofi*. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(3).
- Diani, A., Lestari, M. T., & Maulana, S. (2017). *Representasi Feminisme dalam Film Maleficent*. *ProTVF*, 1(2), 139–150. <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>
- Djamereng, A. (2018). *Analisis Semiotika pada Iklan di Televisi (Iklan Wardah dan Iklan Total Almeera)*. *Open Journal System*, 4(1), 1–17. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/view/4713>
- Djoeffan, S. (2001). *Gerakan Feminisme di Indonesia : Tantangan dan Strategi Mendatang*. *Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 3.
- Durianto, et. al. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwita, D. (2018). *Gender Equality in Media Television (Semiotics Analysis of Fair and Lovely Advertisement Issue of Marriage or Master Degree)*. *Journal Komuniti*, 10(1).
- Emyliani, T., Krisdinanto, N., & Akhsaniyah. (2019). “REAL BEAUTY” DOVE). *Jurnal Lontar*, 7(2), 2–16.
- Eriyanto, 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Farbey, A. (1997). *How to Produce Successful Advertising : Kiat Sukses Membuat Iklan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fatimah. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Syahril, Ed.; 1st ed.). Tallasa Media.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Pengantar Periklanan* (A. A. Hetami, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Galura Gumelar, R., & Mukhroman, I. (2015). *Tato : Representasi Gender dalam Perspektif Feminisme*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 70–80.
- Gora, R. (2017). *Representasi Perempuan dalam Iklan Televisi (Studi Analisis Semiotika Iklan Beng Beng Versi “Great Date”)*. *Jurnal Komunikasi*.
- Hanum, Farida. (2018). *Kajian dan Dinamika Gender*. Intrans Publishing : Malang.
- Hasan, B. (2019). *Gender dan Ketidak Adilan*. *Jurnal Signal*, 7(1), 63–86. <file:///C:/Users/Faradila%20Nursafitri/Downloads/1910-5344-2-PB.pdf>

- Hidayati, N. (2018). *Teori Feminisme : Sejarah, Perkembangan dan Relevansinya dengan Kajian Keislaman Kontemporer*. Journal Harkat, 14(1), 21–29. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/psga>
- Holipa, D., Narti, S. (2022). *Representasi Feminisme Dalam Film Mulan*. Jurnal Professional (Vol. 9, Issue 1).
- Iftikhar, M., & Islam, M. (2017). *Construction Of Female Identity In Pakistani Television Commercials: A Semiotic Analysis*. Pakistan Journal of Gender Studies, 14(1), 81–110.
- Indriyani, R., & Rakhmawati, Y. (2018). *Representasi Gender Tokoh Diana dalam Film Wonder Woman*. Journal Semiotika, 12(2). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Irsalina¹, N. (2022). *Perbandingan Partisipasi Perempuan Dalam Partai Politik (Studi Komparatif Indonesia dan Filipina)*. Ejournal IPDN, 15(1). <https://doi.org/10.33701/jppdp.v15i1.2355>
- Isabel, H., Rooselinda, A., Harrianto, J., & Tolosa, M. (2022). *Gender Equality Movement in South Korea: The Semiotic Analysis of Blackpink Ddu-du Ddu-du*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4.
- Israpil. (2017). *Budaya Patriarki dan Kekerasan Terhadap Perempuan (Sejarah dan Perkembangannya) Patriarchal Culture and Violence Against Women (History and Development)*. Jurnal Pusaka, 5(2), 141–150.
- Jalal, N. B. A. bin A. al. (2018). *Woman Semiotics Representation in the Saudi Painting*. International Design Journal.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta : Erlangga.
- Jha, A., Raj, A., & Gangwar, R. (2017). *A Semiotic Analysis of portraying Gender in Magazine Advertisements*. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS, 22(5), PP. <https://doi.org/10.9790/0837-2205110108>
- Kalsoon, N., & Kalsoon, S. (2019). *Semiotic Representation of Gender in Google Emojis: A Liberal Feminist Perspective*. Linguistics and Literature Review. <https://doi.org/10.32350/llr>
- Kartika, Q., & Kanada, R. (2017). *Peran Ganda Perempuan pada Keluarga Masyarakat Petani: Kasus Istri Petani di kecamatan Merapi Selatan Kabupaten Lahat*. An Nisa 'a: Jurnal Kajian Gender Dan Anak, 12(2).
- Kates, S. M., & Shaw-Garlock, G. (1999). *The Ever Entangling Web : A Study of Ideologies and Discourses in Advertising*. Journal of Advertising; Summer, 28(2).
- Kumalaningtyas, N., & Sadasri, L. (2018). *Citra Tubuh Positif Perempuan dalam Iklan Video Digital (Studi Femvertising pada Iklan Dove Real Beauty)*. Jurnal Diakom (Vol. 1, Issue 2).
- Liyanti, Y., & Ekowati, S. (2022). *Representasi Feminisme dalam Film (Studi Analisis Semiotika Model Roland Barthes Dalam Film Moxie)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022(1).
- Lukitaningsih, A. (2013). *Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan (Vol. 13, Issue 2).
- Lustyantie, N. (2012). *Pendekatan Semiotika Model Barthes dalam Karya Sastra Prancis*.
- Luthfiah, L., & Kinanti, K. (2020). *Peran Perempuan Masa Kini pada Iklan Televisi (Kajian Semiotika Roland Barthes)*. Jurnal Basastra, 9(3), 311-326.

- <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/basastra/article/view/19921/1480>
2
- Malika, I., & Lestari, S. P. (2018). *Analisis Semiotika dalam Iklan “Fair And Lovely” Versi Nikah Atau S2*. *Jurnal Egaliter*, 1(2).
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/904/879>
- Muharifah, L. (2019). *Representasi Gender dalam Film “Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck.”* *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).
<http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Mus, M., & Suparman. (2018). *Analisis Feminisme Radikal Novel Ronggeng Dukuh Paruk Karya Ahmad Tohari*. *Jurnal Onoma*, 3(1).
- Nimrah, S., & Sakaria, D. (2015). *Perempuan Dan Budaya Patriarki Dalam Politik (Studi Kasus Kegagalan Caleg Perempuan Dalam Pemilu Legislatif 2014)*. *The Politics Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanudin*, 1(2), 173–182.
- Noor, F., & Wahyuningratna, R. (2018). *Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan New Era Boots di Televisi (Kajian Semiotika Roland Barthes)*. *Journal UPI YAI*.
- Nuraeni, Y., & Lilin Suryono, I. (2021). *Analisis Kesetaraan Gender dalam Bidang Ketenagakerjaan Di Indonesia*. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(1). <https://doi.org/10.35967/njip.v20i1.134>
- Oakley, A. (1972). *Sex, Gender and Society*. London: Temple Smith.
- Pasaribu, R. (2019). *Iklan BKKBN : Representasi Perempuan dalam Iklan Layanan Masyarakat*. *Journal of Communication Studies*, 4(1).
- Prameswari, N., Nugroho, W., & Mahadewi, N. (2019). *Feminisme Eksistensial Simone De Beauvoir : Perjuangan Perempuan di Ranah Domestik*. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*.
- Pratiwi, O., & Luthfianiza. (2020). *Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia dalam Iklan Citra*. *Jurnal Audiens*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.2016>
- Priandi, R., & Roisah, K. (2019). *Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Perempuan Dalam Pemilihan Umum di Indonesia*. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*.
- Prihatiningsih, T., & Mudrikah, I. M. (2020). *Representasi Perempuan dalam Iklan (Studi Deskriptif Terhadap Tayangan Iklan Di Televisi)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 7(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>
- Putri, R. M., et al (2020). *Hubungan Pembelajaran Jarak Jauh dan Gangguan Somatoform dengan Tingkat Stres Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. *Perilaku Dan Promosi Kesehatan: Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.47034/ppk.v2i1.4003>
- Qadafi, A. M. (2018). *A Social Semiotic Analysis on Emma Watson’s Heforshe Campaign Speech*. *International Design*, 8(3), 277–288.
- Rehman, F., Iqbal, L., & Mukhtar, Y. (2020). *Representation of Gender in Documentary Saving Face: A Semiotic Analysis*. *Global Sociological Review*, V(III), 72–85. [https://doi.org/10.31703/gsr.2020\(v-iii\).09](https://doi.org/10.31703/gsr.2020(v-iii).09)
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). *Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram*. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>

- Sakina, A., & Dessy Hasanah Siti, dan A. (2017). *Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia*. *Social Work Jurnal*, 7(1), 1–129. <http://www.jurnalperempuan.org/blog2/-akar->
- Santhi Zinaida, R. (2022). *Isu Seksisme dan Feminisme Subaltern pada Iklan dalam Bingkai Paradigma Kritis Spivak (Studi Kasus pada Iklan United Nation Woman pada website www.unwoman.org)*. *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*, 263. www.unwoman.org
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). *Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Sarah, R. (2021). *Representation of Feminism in the Film of Jane Eyre (2011): Semiotics Analysis Study of Charles Sanders Peirce*. *Ilmu Humaniora*, 5(2). <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Sarah, R. (2022). *Representation of Feminism on The Character of Enola Holmes in The Enola Holmes Film : John Fiske's Semiotics Analysis*. *Journal Bahas*, 33.
- Sari, D., & Ganiem, L. (2021). *Semiotic Analysis of Gender Equality Representation in Soy Sauce Product Advertising*. *Nyimak Journal of Communication*, 5(2), 209–236.
- Setiarini, R., Supiastutik, S., Kusumayanti, D., Sampurna, H., & Cahyawati, E. (2021). *Gender Representation in Perpustakaan Intan*. *PIONEER: Journal of Language and Literature*, 13(2), 243. <https://doi.org/10.36841/pioneer.v13i2.1286>
- Shimp, T. (2000). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Situmeang, I. V. O. (2006). *Modul Pengantar Periklanan*. Repository UPI YAI.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sopankatanya, A. (2017). *Representasi Perempuan Islam dalam Iklan Fair and Lovely Versi Nikah atau S2*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35322/1/APIK%20SOPANKATANYA-FDK.pdf>
- Suhada, D. N. (2021). *Feminisme dalam Dinamika Perjuangan Kesetaraan Gender di Indonesia*. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 15–27.
- Suhandang, K. (2005). *Periklanan : Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung : Nuansa.
- Suharjuddin. (2020). *Kesetaraan Gender dan Strategi Pengarusutamaan* (Novrian, Ed.). CV. Pena Persada.
- Suri, P., Annisa, M., & Manullang, E. B. (2022). *Representation of Gender in Mulan 2020 : A Semiotics Approach*. *Jurnal Darma Agung* (Vol. 30, Issue 1).
- Sutanto, O. (2017). *Representasi Feminisme Dalam Film "Spy."* *Jurnal E-Komunikasi*.
- Tickner, A. (1992). *Gender in International Relations: Feminist Perspectives on Achieving International Security*. New York: Columbia University Press.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia : Malang.
- Umriana, A., Fauzi, M., & Hasanah, H. (2016). *Penguatan Hak Asasi Perempuan dan Kesetaraan Gender Melalui Dialog Warga*. *Jurnal Sawwa*, 12(1), 41–60.

- Wibowo, G. (2019). *Representasi Perempuan dalam Film Siti*. Journal of Communication, 47–59. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>
- Widuhung, S. M., & Sartika, R. (2022). Tren Penggunaan Endorser Pria Dalam Iklan Kecantikan (Kajian Semiotika Iklan Nature Republic Versi EXO). *Jurnal Public Relations*, 1–8.
- Wijaya, P. M. (2013). *Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow Calcium Plus Versi More Than A Woman*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna. <http://dewey.petra.ac.id>,
- Wiyatmi. (2012). *Kritik Sastra Feminis*. Penerbit Ombak. <https://www.researchgate.net/publication/321069436>