

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Widodo, A. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling dan Public Relation. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796–804. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1142>
- Aracely, N. V., Adi, S., Ratih, S. P., & Supriyadi. (2024). Studi Korelasi Persepsi Terhadap Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok Remaja di Kecamatan Sukun, Kota Malang. *Sport Science and Health*, 6(1), 77–87. <https://doi.org/10.17977/um062v6i12024p77-87>
- Ardia, V. (2015). Representasi Maskulinitas dalam Iklan Yamaha CBU dan Yamaha YZF R15 (Studi Analisa Semiotika Roland Barthes). *Lontar Jurnal Komunikasi*, 3, 61–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v3i2.400>
- Aulia, Indriyani, R., Kurnia Sari, P., Zulifiyah, E., & Suprayitno, E. (2021). Pola Asuh Orang Tua dan Ketertarikan pada Iklan Rokok berhubungan dengan Perilaku Merokok pada Remaja. *Jurnal MID-Z (Midwifery Zigot) Jurnal Ilmiah Kebidanan*, 4(1), 21–25.
- Azwar, Wahyudhi, D., Adyapradana, G., & Gibraltar, M. (2017). Interpretasi Slogan Iklan Rokok Gudang Garam “Pria Punya Selera” Pada Kalangan Remaja. *Global Komunika*, 5(2), 20–31. <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/300>
- Bastonus, A. I., & Herieningsih, S. W. (2017). Hubungan Antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-Laki. *Interaksi Online*, 6(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/19107>
- Bisri, A. K. (2020). Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure pada Iklan Rokok Class Mild (Act Now) Tahun 2013 di Youtube. *Journal Jimakom*, 1(2), 40–52. <https://jimcom.unram.ac.id/index.php/jimakom/article/view/8>
- Cobley, Paul., & Jansz, Litza. (2005). *Introducing semiotics*. Totem Books.

- Creswell, J. W. (2015). *Riset Pendidikan: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
- El Madja, N. M. (2021). Representasi Makna Iklan Mi Lemonilo Tahun 2020 Episode “Mie Hebat Untuk Keluarga Sehat” (Analisis Semiotik Charles Morris). *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 162–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1729>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. (1st ed.). Yogyakarta.
- Gunawan, F. A., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–14. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2005>
- Hareyah, Y. (2019). Representasi Maskulinitas Pada Iklan Cetak (Analisa Semiotika Iklan Rokok Djarum Black). *Journal of Communication*, 4(2), 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.37535/101004220171>
- Hayashi, P., Abib, G., & Hoppen, N. (2019). Validity in qualitative research: A processual approach. *Qualitative Report*, 24(1), 98–112. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2019.3443>
- Humas BKPK. (2022, June 3). *Perokok Dewasa di Indonesia Meningkat Dalam Sepuluh Tahun Terakhir*. Kementerian Kesehatan. <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/perokok-dewasa-di-indonesia-meningkat-dalam-sepuluh-tahun-terakhir/>
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar periklanan*. Graha Ilmu.
- Kaharuddin. (2021). Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *EQUILIBRIUM JURNAL PENDIDIKAN*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>

- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review. *Research in Nursing and Health*, 40(1), 23–42. <https://doi.org/10.1002/nur.21768>
- Kurniawan, A. F. (2017). Cowo-Cowo U Mild: Hegemoni Maskulinitas Dalam Iklan Rokok. *Jurnal Komunikologi*, 14(2), 65–73. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/179>
- Kusumadewi, M. (2022). *Representasi Beauty Inclusivity dalam Kampanye Digital Make Over #BEAUTYALLWAYS: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Matlak, M. (2014). The Crisis of Masculinity in the Economic Crisis Context. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 140, 367–370. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.436>
- Maulana, L. F. (2023). Ayah Rumah Tangga: Evolusi Maskulinitas di Era Modern. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 3(2), 169–185. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/FGS/index>
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (4th ed.). PRENADAMEDIA GROUP. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=U9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Morrison,+M.+A.+\(2015\).+Periklanan+komunikasi+pemasaran+terpadu.+Kencana.+\(hlm+17+18\)&ots=Y1Jdbi1txd&sig=MdeuHQe097GNvqXaNnRQrlTb6A&redir_esc=y#v=onepage&q=Morrison%2C%20M.%20A.%20\(2015\).%20Periklanan%20komunikasi%20pemasaran%20terpadu.%20Kencana.%20\(hlm%2017-%2018\)&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=U9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Morrison,+M.+A.+(2015).+Periklanan+komunikasi+pemasaran+terpadu.+Kencana.+(hlm+17+18)&ots=Y1Jdbi1txd&sig=MdeuHQe097GNvqXaNnRQrlTb6A&redir_esc=y#v=onepage&q=Morrison%2C%20M.%20A.%20(2015).%20Periklanan%20komunikasi%20pemasaran%20terpadu.%20Kencana.%20(hlm%2017-%2018)&f=false)
- Mughni, R. (2023). Representasi Maskulinitas Iklan Rokok Gudang Garam Versi Filter Internasional 2023-The Greatest Choice Pria Punya Selera. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 233–238. <https://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/198>
- Nazaruddin, K. (2015). *Pengantar Semiotika* (1st ed.). GRAHA ILMU.

- Nichter, M., Padmawati, S., Danardono, M., Ng, N., Prabandari, Y., & Nichter, M. (2009). Reading culture from tobacco advertisements in Indonesia. *Tobacco Control*, 18(2), 98–107. <https://doi.org/10.1136/tc.2008.025809>
- Nuradela, N., Kurniawan, A., Ratih, S. P., Wardani, H. E., & Gayatri, R. W. (2023). Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok Siswa SMA/ sederajat di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Sport Science and Health*, 5(6), 674–685. <https://doi.org/10.17977/um062v5i62023p674-685>
- Nurhalimah, Yuliana Putri, F., Haryati, O., & Dinarti. (2024). Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja. *JHCN Journal of Health and Cardiovascular Nursing*, 4(1), 34–41. <https://doi.org/10.36082/jhcn.v4i1.1505>
- Nurtiah, & Abdillah, F. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Iklan Televisi dan Minat Beli Suatu Produk. *Journal Of Management*, 14(3), 351–363. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v14i3.5612>
- Pithaloka, D., Taufiq, I., & Dini, M. (2023). Pemaknaan Perempuan Generasi Z terhadap Maskulinitas Joget TikTok. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 69–78. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24793>
- Purwaka, A., Diman, P., & Maleyati, I. N. (2020). Relasi Sistem Tanda Verbal dan Tanda Visual pada Iklan Rokok di Youtube (The Relation of Verbal dan Visual Signs System in Cigarette Advertisements in Youtube). *Suar Bétang*, 15(2), 233–243. <https://doi.org/https://doi.org/10.26499/surbet.v15i2.208>
- Putri, A. M., Khotimah, C., Sihombing, S. H. Co., Abigail, T., & Pristya, T. Y. R. (2021). Literature Review: Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok pada Remaja Pria. *Health Publica Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 2(02), 117–125.
- Putro, W. G., Nisa, N. J., Sundari, L., Bigwanto, M., Soerojo, W., & Jacob, D. B. (2022). Hubungan Keterpaparan Iklan Rokok terhadap Preferensi Merek Rokok yang Disukai Anak. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 13(01), 75–83. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v13i1.408>

- Ramadhana, M. B., Firmansyach, T. A., & Fakhri R, M. A. (2020). Representasi Identitas Maskulinitas dalam Iklan Rokok Gudang Garam Pria Punya Selera. *Jurnal Audiens*, 1(2), 229–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/ja.12028>
- Realino, B., Kristianto, D., & Goenawan, A. O. (2021). Analisis Struktur Naratif Tiga Babak Film Story Of Kale. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(2), 89. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/komunikologi.v5i2.9610>
- Rizaty, M. A. (2023, December 28). *Data Persentase Perokok di Indonesia (2015-2023)*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/data-persentase-perokok-di-indonesia-20152023>
- Rizqina, A. A., Adesetia, D. W., Wardana, M. A. W., Khoerunnisa, N., Sumarwati, & Andayani. (2023). Presentasi Maskulinitas Tokoh dalam Novel Bekisar Merah Karya Ahmad Tohari: Analisis Teori Janet Saltzman Chafetz. *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 2746–7708.
- Sandi, F. (2023, November 16). *Iklan Rokok Bakal Diperketat, Pengusaha Iklan & TV Buka Suara*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231116143741-4-489602/iklan-rokok-bakal-diperketat-pengusaha-iklan-tv-buka-suara>
- Sasanti, A., Zaidah, N., & Werdiningsih, Y. K. (2022). Bentuk-Bentuk Dominasi Laki-Laki Dalam Kumpulan Cita Cekak Janji Sejati Karya Kustri Sumiyardhana Menurut Kajian Feminisme. *Jisabda Jurnal Ilmiah Sastra Dan Bahasa Daerah, Serta Pengajarannya P-ISSN*, 3(2), 2715–6281. <https://journal.upgris.ac.id/index.php/jisabda/article/view/11351/5466>
- Schroeder, J. E., & Zwick, D. (2004). Mirrors of Masculinity: Representation and Identity in Advertising Images. *Consumption Markets & Culture*, 7(1), 21–52. <https://doi.org/10.1080/1025386042000212383>
- Setiawan, Y. A., & Eralita, N. (2023). Semiotic Study on Cigarette Advertisements. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>

- Shofa, F., & Utami, M. A. (2017). Menyingkap Makna dan Tanda dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Hasrat”: Kajian Semiotika. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 6(2), 180–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.26499/rnh.v6i2.266>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.
- Sundaro, H. (2022). Positivisme dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Perencanaan Kota dalam Tinjauan Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian. *MODUL*, 22(1), 21–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/mdl.22.1.2022.21-30>
- Surokim. (2016). *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula* (1st ed.). Prodi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dan Elmatara Yogyakarta.
- Susesnas. (2024, December 2). *Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Merokok Tembakau*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQzNSMy/persentase-merokok-pada-penduduk-umur---15-tahun-menurut-provinsi--persen-.html>
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia* (1st ed.). C.V. ANDI OFFSET. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=_P_Z7-2huUsC&oi=fnd&pg=PR8&dq=Suyanto,+M.+\(2005\).+Strategi+perancangan+iklan+televisi+perusahaan+top+dunia.+Penerbit+Andi.&ots=wke3SB7ZiQ&sig=vQq9UfpA7R0nqehCaj8ZNJxHy48&redir_esc=y#v=onepage&q=Suyanto%2C%20M.%20\(2005\).%20Strategi%20perancangan%20iklan%20televisi%20perusahaan%20top%20dunia.%20Penerbit%20Andi.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=_P_Z7-2huUsC&oi=fnd&pg=PR8&dq=Suyanto,+M.+(2005).+Strategi+perancangan+iklan+televisi+perusahaan+top+dunia.+Penerbit+Andi.&ots=wke3SB7ZiQ&sig=vQq9UfpA7R0nqehCaj8ZNJxHy48&redir_esc=y#v=onepage&q=Suyanto%2C%20M.%20(2005).%20Strategi%20perancangan%20iklan%20televisi%20perusahaan%20top%20dunia.%20Penerbit%20Andi.&f=false)
- Tanjung, S. (2012). Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 6(2), 91–104. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6383>
- Utami, C. M., & Demartoto, A. (2022). Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual Sebagai Representasi Maskulinitas Baru (Studi Kasus pada Mahasiswa

Metroseksual di Universitas Sebelas Maret). *Journal of Development and Social Change*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/https://jurnal.uns.ac.id/jodasc>