

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, T., Ariyanti, F., Prasiska, D. W., Prabawa, A. H., & Waljinah, S. (2019). Analisis Wacana Kritis pada Iklan Rokok Djarum 76. *Jurnal Keguruan dan Pendidikan*, 1-7.
- Anggraeny, D. A. (2016). Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Pendidikan Anak (Studi Deskriptif Pada Keluarga Yang Suaminya Tidak Bekerja). *Sosiologi*, 39.
- Budiantoro, W. (2017). *Citra Perempuan dan Bahasa (Kajian Feminis)*. Purwokerto: Cinta Buku.
- Budiati, A. C. (2010). Aktualisasi Diri Perempuan dalam Sistem Budaya Jawa (Persepsi Perempuan terhadap Nilai-nilai Budaya Jawa dalam Mengakulturasikan Diri). *Jurnal Antropologi*, 52-59.
- Catt, I. E., & Catt, D. E. (2012). Semiotics in Mainstream American Communication Studies: A Review of Principal U.S.A. Journals in The Context of Communicology. *The Review of Communication*, 176-200.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. s. (2009). *Handbook of Qualitative Terjemah Dariyatno dkk*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, N. K., Anggraeni, N. D., Simorangki, T. P., & Dewi, N. P. (2021). Sambut Era Baru: Kajian Semiotika Komik Webtoon Sebagai Media Kritis Dampak Revolusi Industri 4.0 . *Jurnal Disain Komunikasi*, 1-8.
- Ekawati, J. (2021). Representasi Feminisme dalam Film Siti (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Skripsi*, 1-100.
- Elvira, N. (2020, Agustus 31). *Infografik: Belanja Iklan Selama Tujuh Bulan Pertama 2020 Mencapai Rp 122 Triliun*. Dipetik oktober 11, 2021, dari insight.kontan.co.id: <https://insight.kontan.co.id/news/infografik-belanja-iklan-selama-tujuh-bulan-pertama-2020-mencapai-rp-122-triliun/amp>

- Eryza. (2021). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Iklan Konsumen Roko Gudang Garam Internasional di Media Youtube. *Skripsi*, 1-61.
- Firdausiyah, U. W. (2021). Kajian Semanalisis Hingga Intertekstualitas Julia Kristeva: Analisis atas Teks Al-Quran tentang Eksistensi Hujan. *Jurnal Islamic Civilization*, 1-12.
- Garwan, M. S. (2020). Analisis Semiotika pada Teks Al-Quran tentang “Khamar” dalam Pendekatan Semanalisis . *Substantia*, 49-60.
- Hanafi, D. (2021). *Semiotika Tubuh Perempuan*. Tangerang: Indigo Media.
- Hidayah, N. L. (2021). Representasi Kesetaraan Gender dalam Video Klip Positions (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Skripsi*, 1-71.
- Ishak, A. (1992). Pengambilan Keputusan dalam Keluarga Sebuah Konsep dan Implementasinya. *Jurnal Keluarga*, 1-8.
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Dipetik oktober 11, 2021, dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kristanto, P. E. (2017). Aku dalam Kehinaanku!: Menafsir Kehinaan Menurut Julia Kristeva. *Gema Teologika*, 23-40.
- Kusumaning Putri, D. P., & Lestari, S. (2015). Pembagian Peran dalam Rumah tangga. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 72-85.
- Megan, B., & Leckrone. (2013). *Teori Sastra & Julia Kristeva*. Bali: CV. Bali Media Adhikarsa.
- Merita, A., & Ririn, J. (2017). Dominasi Perempuan dalam Iklan Televisi (Stereotip Gender dalam Iklan Televisi pada SCTV). *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 138-147.
- Muhammad, A. (2016). Feminisme dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Feminisme dalam Iklan Fair & Lovely Versi "Nikah atau S2"). *Skripsi*, 1-111.

Dimas Rafi Santoso, 2022

- Mulyana, D. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nielsen. (2019, September 18). *Belanja Iklan Digital Menyumbang Porsi 6% dari Total Belanja Iklan*. Dipetik Oktober 11, 2021, dari Nielsen.com: <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2019/belanja-iklan-digital-menyumbang-porsi-6-dari-total-belanja-iklan/>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakrabooks.
- Nugroho, A., Suseno, & Prabaningrum, D. (2021). Prespektif Feminisme dalam Novel *Si Parasit Lajang* Karya Ayu Utami: Kajian Feminist Standpoint Theory Nancy C. M. Hartsock. *Jurnal Sastra Indonesia*, 133-141.
- Nugroho, D. A. (2017). Resolusi Konflik dalam Keluarga Berbasis Kesetaraan Gender (Studi Kasus pada Keluarga di Desa Watusomo, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 91-96.
- Nurnanengsih. (2016). Representasi Konsep Cantik dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika dalam "Iklan Pelembab Wajah Fair & Lovely Versi Gita Virga"). *Skripsi*, 1-69.
- Piliang, Y. A. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Sumbo Tinarbuko.
- Pratiwi, R. D., & Handriyotopo. (2018). Di Balik Citra Iklan Shampo Pantene (Makna Bias Gender pada Iklan Pantene Versi Labels Against Women di Televisi). *Art & Culture Journal*, 101-115.
- Prihatiningsih, T., & Mudrikah, I. M. (2020). Representasi Perempuan dalam Iklan (Studi Deskriptif Terhadap Tayangan Iklan di Televisi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 115-122.
- Rajab, B. (2009). Perempuan dalam Modernisme dan Posmodernisme. *Sosiohumaniora*, 1-12.
- Rusmana, D. (2014). *Filsafat Semiotika*. Bandung: Pustaka Setia.

Dimas Rafi Santoso, 2022

- Salsabil, L. S. (2016). Representasi Perempuan Maskulin sebagai Perlawanan terhadap Patriarki dalam Sitekom Ok-jek (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Skripsi*, 1-112.
- Santi, S. (2004). Perempuan dalam Iklan: Otonomi Atas Tubuh atau Komoditi? *Jurnal Komunikasi*, 20-31.
- Santoso, Erica, D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Pendidikan*, 28-36.
- Saragih, R. T. (2018). Analisis Semiotika Iklan Startup "Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia". *Skripsi*, 1-83.
- Sari, N. A., & Asriwandari, H. (2016). Peran Wanita dalam Pengambilan Keputusan dalam Keluarga (Studi tentang Wanita Bekerja pada Sekertariat Daerah Provinsi Riau). *Jurnal Peran Wanita*, 1-16.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sudibyo, A. (2019). *Jagat Digital*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Sudrajat. (2007). Kartini: Perjuangan dan Pemikirannya. *Pendidikan Sejarah*, 1-13.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar, W. T. (2015). Implementasi Kesetaraan Gender dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal Kesetaraan Gender*, 158-182.
- Utami, A. I., Nuraeni, R., & Maulana, S. (2015). Representasi Wanita Sosialita dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Televisi Magnum Versi Pink and Black). *E-proceeding of Management*, 4279-4284.
- Wahid, M. (2015). *Teori Interpretasi Paul Ricoeur*. Yogyakarta: LKIS Yogyakarta.
- Wardhani, I. I. (2020, juli). *Feminisme Ala Julia Kristeva: "Feminis Yang Bukan Feminis"*. Diambil kembali dari sanglah-institute.org:

<https://www.sanglah-institute.org/2020/07/feminisme-ala-julia-kristeva-feminis.html?m=1>

West, R., & Turner, L. H. (2018). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Widyaningsih, W., & Hermawati, T. (2020). Representasi Feminis Liberal dalam Iklan Youtube. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-20.