

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arivia, Gadis. (2006). *Feminisme: sebuah kata hati*. Penerbit Buku Kompas.
- Babbie, Earl. (2014). *The Basics of Social Research*. Canada: Wadsworth.
- Basow, Susan A. (1992). *Gender: Stereotypes and Roles*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Bear, Jacci Howard. (2008). *Color Meaning*. The New York Times Company.
- Bungin, Burhan. (2010). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- . (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . (2017). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publication.
- Dines, Gail. (1995). *Gender, Race and Class in Media, a Text Reader*. London: Sage Publication.
- Eriyanto. Al. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Faludi, Susan. (2006). *Backlash: The undeclared war against American women*. New York: Three Rivers.
- Fine, B. & Leopold, E. (1993). *The World of Consumption*. London: Routledge.
- Foucault, Michel. (1997). *Seks dan Kekuasaan*. Diterjemahkan oleh Rahayu S. Hidayat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Friedan, Betty. (1963). *The Feminine Mystique*. NY: Dell.
- . (1970). *Television and The Feminine Mystique*. Two part article originally appearing in TV Guide (1964, February 1 & February 8). Reprinted in Barry G. Cole, (Ed.). *Television: A series of readings from TV Guide magazine*, 267-275. New York: Free Press.
- Given, L. M. (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods*. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Goffman, Erving. (1979). *Gender advertisements*. Macmillan International Higher Education.
- Guba, Yvonna S. Lincoln & Egon G. (1994). *Competing Paradigms in Qualitative Research*. California: Sage Publication.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iqbal, H. (2002). *Teori Pengambilan Keputusan*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Kasali, Rhenald, (1995). *Manajemen Periklanan*. Grafiti, Jakarta.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- . (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. Mulyawan, D., & Suriana, N. 2013. *AZ about Cosmetics*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Oberholtzer, Cath. (2014). *Dream catchers: Legend, lore and artifacts*. Firefly Books.
- Sunindyo, Saraswati. (1998). *Wacana Gender di TVRI Antara Hegemoni Kolonialisme dan Hollywood. Wanita dan Media Konstruksi Ideologi*

Gender dalam Ruang Publik Orde Baru, Bandung: Rosdakarya.

Sianipar, D. (1999). *Yang lebih dari kecantikan fisik ialah inner beauty*.

Sugihastuti & Saptiawan. (2007). *Gender dan Inferioritas Perempuan*:

Praktik Kritik Sastra Feminis. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2013). *Metode Pendekatan Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Bandung: Alfabeta.

— (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :

Alfabeta

Tarwaka, P., & Bakri, L. S. (2010). *Ergonomi Industri Dasar-dasar*

pengetahuan ergonomi dan aplikasi di tempat kerja.

Tong, Rosemarie. (2009). *Feminist Thought: A More*

Comprehensive Introduction. Colorado: Westview Press.

Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Cetakan satu. Jakarta:

Buana Pustaka Indonesia.

— (2006). *Bias gender dalam iklan televisi*. Media Pressindo.

Wolf, Naomi. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used*

Against Women. New York: Harper Collins.

B. Jurnal

Auli, Merita & Jamiah, Ririn. (2018). *Dominasi Perempuan Dalam Iklan*

Televisi: Stereotip Gender Dalam Iklan Televisi Pada Sctv. Jurnal Analisis

Sosial Politik. 1(2). 138-147.

Armando, Nina. M. (2004). *Menjadi Pembelanja yang Boros*. Jurnal

Perempuan, Edisi. 37.

Astuti, Yanti. (2016). *Media Dan Gender (Studi Deskriptif Representasi*

Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik: Jurnal Komunikasi*. 9(2). 25-32.

Apriliani, N. F., & Aniriani, G. W. (2017). *Analisis Uji Mikrobiologi dan Logam Berat pada Scrub Berbahan Dasar Kapur Sirih*. *Jurnal Ilmiah Sains*. 17(2). 126-130.

Cahyawati, Tri. (2013). *Symbolisasi Seksualitas Perempuan Dalam Iklan "Segar Sari Susu Soda" Versi Julia Perez*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*. 343. 342-355.

Craig, Steve. (1997). *Madison Avenue versus The Feminine Mystique: how the advertising industry responded to the onset of the modern women's movement*. In Popular Culture Association Conference, San Antonio, Texas. 27. 1-13.

Jaya, Dadang. (2019). *Gender dan Feminisme: Sebuah Kajian dari Perspektif Ajaran Islam*. *At-Tatbiq: Jurnal Ahwal al-Syakhsyiyah*. 4(1). 19-40.

Kang, Mee-Eun. (1997). *The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited*. Dalam *Jurnal Sex roles*. 37(11), 979-996.

Lase, Formas. (2020). *Penggambaran Perempuan di Majalah Populer 1988-2018*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 17(01). 41-56.

Marhadi, Sulistyowati, & Nursanti. (2014). *"Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Attitude Pada Produk Handphone Android Di Kota Pekanbaru."* *Jurnal Ekonomi*. 22(10). 1-19.

Pratami, Anita. (2015). *Penggambaran Identitas Perempuan Dalam Iklan Bumbu Masak*. Universitas Airlangga Doctoral dissertation. 4(2). 370-383.

Sakuntalawati, L. R. D., Josef & Affanti. (2019). *Perubahan Nilai Dan Filosofis Busana Kebaya Di Jawa Tengah*. Brikolase: Jurnal Kajian Teori, Praktik dan Wacana Seni Budaya Rupa, 11(1), 32-42.

Tenis, Videntus, Widodo, & Mondry. (2015). *Persepsi Mahasiswi pada Perempuan sebagai Ikon Iklan*. FISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 2(2). 37-43.

Windasari, Anggry, Pratiwi, & Yusriana. (2017). *Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang dalam Iklan Shinzui Body Cleanser*. Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi. 47(1). 35- 50.

Wirasandi. (2019). *Wanita dalam Pendekatan Feminisme*. Jurnal Ilmiah Rinjani. 7(2). 47-58.

Yuliani, Rina. (2015). *Kajian Dan Perwujudan Tata Rias Pengantin Tradisional Putri Trenggalek*. E-Journal. 4. 173-178.

C. Skripsi

Orchidifa, Adjeng Rachma. (2013). *Erotisme Perempuan Pada Iklan (Studi Semiotika Erotisme Perempuan Pada Beberapa Iklan "Durex")*. Disertasi. Magister Media dan Ilmu Komunikasi. Universitas Airlangga, Surabaya

Mahendra Setyawan, S. (2011). *"Representasi Kecantikan Dalam Iklan (Studi Semiotika Representasi Kecantikan Dalam Iklan Sabun Lux Soft Touch–Atiqah Hasiholan di Media Televisi)"*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran". Yogyakarta.

D. Web

Praditya, Diaz. (2018, Mei). *3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia*. Diakses dari <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>. diakses pada 18 Februari 2021.

Mustika Ratu. *Gambaran Umum Tentang Perusahaan Mustika Ratu*. Diakses dari <https://mustika-ratu.co.id/> diakses pada tanggal 2 Oktober 2020.

Mustika Ratu Indonesia. (2018, Juli). *Iklan Mustika Ratu Minyak Zaitun 2018*. Diakses dari https://www.youtube.com/watch?v=WK_ZqPGmCrM diakses pada tanggal 29 Agustus 2020.

Mustika Ratu Indonesia. (2019, September). *Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2019*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=C59XeHO0PZU> diakses pada tanggal 29 Agustus 2020.

Mustika Ratu Indonesia. (2020, Januari). *Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu dan Banyak Manfaat Lainnya Versi Amanda Manopo*. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=cm68jbAkcF8> diakses pada tanggal 29 Agustus 2020.

Kementrian Perindustrian. (2003). *Ketenagakerjaan (UU NO 13 TAHUN 2003)*. Diakses dari https://kemenperin.go.id/kompetensi/UU_13_2003.pdf diakses pada tanggal 12 Juli 2020.