

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto N. (2018). *Pesan Kreatif Iklan Televisi Ramadhan 2017: Analisis Isi Iklan “Bahagianya adalah Bahagiaku”*. Vol. 2 No.1, Jurnal Studi Komunikasi, hal 17-31.
- Wicaksana R.B. (2018). *Analisis Semiotika Iklan Top Coffee Versi Iwan Fals pada Media Televisi*. Vol.1. No.1, Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru, hal 1-14.
- Danesi Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Jalasutra, Yogyakarta
- Deni A.U, Ifdil. (2016). *Konsep Kepercayaan Diri Remaja Putri*. Vol.2 No.2, Jurnal Educatio, hal 43-52.
- Gora Radita. (2016). *Representasi Perempuan Dalam Iklan Televisi (Studi Analisis Semiotika Iklan Beng Beng Versi “Great Date”*. Vol. 10. No.1, Jurnal Semiotika, hal 151-179.
- Hakim A.R.L, dkk. (2022). *Menolak Sterotipe Terhadap Perempuan Etnis Tionghoa Analisis Semiotika Iklan Bukalapak*. Vol.3. No.2, Jurnal Audiens, hal 12-21.
- https://www.kompasiana.com/juno_naro/5d929a4f097f3603e006d912/semiotika-roland-barthes (Diakses tanggal 17 Oktober 2022).
- <https://fisip.umsu.ac.id/2021/06/09/apa-itu-semiotika/> (Diakses tanggal 15 November 2022).
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/> (Diakses tanggal 03 Mei 2023)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Tomboy> (Diakses tanggal 03 Mei 2023)
- Intan Tania. (2021). *Rambut Perempuan dan Mitos Kecantikan dalam Metropop Hair-quake Karya Mariskova*. Vol 28 No.2, Jurnal Humanika, hal 67-81.

- Ismujihastuti R.A.G. Mahadian A.B. *Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa*. Vol. 2, No.1, Jurnal Manajemen, Hal 994-1007.
- Iklan Shampo Dove versi "Rambutku Mahkotaku"*. (2022) Diakses tanggal 17 Oktober 2022 dari <https://youtu.be/Yf92rlaaEJE> Sobur Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Lukitaningsih A. (2013). *Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. Vol. 13 No.2, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, hal 116-129.
- Mudjiyanto B, Nur Emilisyah. (2013). *Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi*. Vol. 16 No.1, Jurnal PEKOMMAS, hal 73-82.
- Puspasari C, Dini R, Ian A. (2020). *A Semiotic Analysis Of Counterpain Advertisement:The "Jatuh Dan Bangkit Lagi" Version*. ICPSH 2020- *Navigating Global Society in the Disruptive Era*, hal 60-68.
- Rosyidah, Nunung. (2019). *Gender dan Stereotype: Konstruksi Realitas dan Media Sosial Instagram*. Vol.9 No. 1, *Share Social Work Journal*, hal 10-19.
- Safitri R. Nur. (2021). *Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Burger ing Versi "Pesannya di McDonald's"*. Vol.3. No. 2, Jurnal Ilmu Komunikasi, hal 120-131.
- Saguni Fatimah. (2014). *Pemberian Stereotype Gender*. Vol. 6 No. 2, Jurnal MUSAWA, hal 195-224.
- Sukanda U.F, Riando R. (2019). *Makna Logo PT. Eigerindo Multi Produk Industri (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Vol. 7 No 1, Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah, hal 68-76.
- Wibowo I.S.W. (2013). *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Wibowo M. Deva. (2022). *Representasi Maskulinitas Pada Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisis Axe Body Spray Jefri Nichol 2019*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Widodo Aan. (2016). *Komunikasi Bully*. Vol. 6 No.1, Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, hal 37-46.

Yeni Aryani. (2016). Analisis Komunikasi Semiotika pada Iklan Shampo Khusus Wanita Berhijab (Tayangan Iklan Shampo Sari Ayu Martha Tilaar dan Sunsilk di Media Televisi). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.

.