DAFTAR PUSTAKA

Auliandri S. (2024). Representasi Perempuan dalam Iklan analisis Semiotika Roland barthes (skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Sriwijaya.

Bungin, B. (2015). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana

Connell, R (2021). Gill, R. (2022). Representasi perempuan dalam iklan digital: Jurnal Studi Media dan Budaya, 15(2), 112–128. Taylor & Francis.

Fatimah, (2020). Semiotika Dalam Pendekatan Ikaln Layana Masyarakat. Gowa: Tallasa media. Diakses dari: http://repositori.iainbone.ac.id/id/eprint/777/1/Buku%20Semiotika%20ILM%20Fatimah.pdf

Hadoko. (2015). Maskulinitas Perempuan dalam Media. Yogjakarta: Pustaka Pelajar.

Liliyana, L., Lancia, F., & Aziz, A. (2021). Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Lakme Versi Agnezmo dan Megan Fox (Analisis Semiotika Roland Barthes). Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 6(5), 185-196.

Mutiarah. (2022). Perubahan Representasi Maskulintas dalam iklan. Jurnal Komunikasi,10(2),115-124).

Mahsun. (2005).Metode penelitian bahasa.Jakarta: Rajawali press.

Pateda, M (2010). Semantik Leksikal dalam Pendekatan bahasa Indonesia. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Pratiwi,A.D.,&Nugroho,C**.**(2022).Strategi periklanan digital e-commerce dalam membentuk perilaku konsumsi.*Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(2), 145–158.

Rokhmansyah. (2014).Studi dan pengPendekatan sastra. Perkenalan awal terhadap ilmu Sastra. Graha Ilmu.

Ramadhani, F. E., & Budiyono, A. (2024). Representasi Maskulinitas Perempuan dalam Iklan Sasa Melezatkan berjudul Perempuan Serba Bisa. Translitera : Jurnal Pendekatan Komunikasi Dan Studi Media.

Satria, A. B. (2020). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan SHOPEE Versi Cristiano Ronaldo Di Youtube (Analisis Semiotika Menurut Roland Barthes).Upn"Veteran"Yogyakarta.Diaksesdari:http://eprints.upnyk.ac.id/25168/1/SKRIPI%20FULL%20TEXT_153160178_AGID%20BAYU%20SATRIA.pdf

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Wibobo, M (2003) Periklanan dan komunikasi pemasaran. Yogyakarta.

Yuliyanti, F. D., Bajari, A., & Mulyana, S. (2017). Representasi maskulinitas dalam iklan televisi Pond's men# Lelakimasakini (analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi maskulinitas). Jurnal Komunikasi, 9(1),16-30.