

Daftar Pustaka

- Adi, Tri Nugroho. 2012. *Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi*. Tersedia : <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2012/02/16/mengkaji-khalayak-media-dengan-metode-penelitian-resepsi/>. (diakses pada Rabu, 6 Maret 2019).
- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fajar, Fahmi Rizki & Mukaromah. 2017. “Persepsi Khalayak pada Video Iklan *Thai Life Insurance* Versi “*I Want More Time*” Terhadap Peran Ayah dan Anak Laki-laki dalam Keluarga”. *Jurnal*. Universitas Dian Nuswantoro. Hal 1-15.
- Fakih, Mansyur. 2013. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Febrian, F. 2012. “Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal”. *Jurnal The Messenger*. Vol 4, No. 2, Hal 50-58.
- Hadi, I. P. 2009. “Penelitian khalayak dalam perspektif reception analysis”. *Scriptura*. Vol 2, No. 1, Hal 1-7.
- Handayani, Trisakti. 2008. *Konsep dan Teknik Penelitian Gender*. Malang: UMM Press
- Hidayat, Deddy N. 2003. “Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik”. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
<https://www.change.org/p/komisi-penyiaran-indonesia-hentikan-iklan-blackpink-shopee>
- Ida, Rachma. 2014. *Metode Penelitian Studi Media Kajian Budaya*, Jakarta: Prenada Media Group Diakses melalui E-book pada 15 Mei 2019.
- Kuncara, A. M. C. 2013. Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Konstruksi Tubuh Dalam Iklan WRP. *Skripsi. FISIP. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Online (<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/9469>).

- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuails. 2000. *Mass Communication Theory, 4th Edition*. Sage Publication London.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. 201. Advertising Edisi 8. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Natalia, S. 2013. "Analisa Prediksi/Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun Brand Image (Studi Kasus Iklan the Face Shop)". *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol 1, No. 2, Hal 1-8.
- Nisa, Uswatun. 2017. "Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.com". *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 6, No.1, 2017.
- Prasetyo, A. B. 2011. "Maskulinitas dalam L'Men". *Jurnal Komunikator*. Vol 3, No. 2, Hal 205-231.
- Pujiyanto, Periklanan, Malang: Universitas Negeri Malang, 2001.
- Putra, M. I. 2014. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 12, No. 1, Hal 1-10.
- Rachman, Rahadian Alif. 2012. Pemaknaan Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup. *Thesis*. Universitas Indonesia.
- Raftopoulou, C. 2007. "Audience reception of health-promoting advertising: Young adult smokers make-sense, interpret and decode shocking anti-smoking advertisements (MSc dissertation)". *England: London School of Economics and Political Science*.
- Rivers, Theodore dan Jensen. 2004. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suasana, Arief A. 2001. "Hubungan Gender dalam Representasi Iklan Televisi". *Jurnal*. Universitas Kristen Petra. Vol. 3, No.1, Hal 1-16.
- Suffering, H. 2013. Audience Reception of Charity Advertising.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, B. 2014. "Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 years A Slave pada mahasiswa Multi Etnis)". (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Sutisno, P.C.S. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT Grasindo.
- Toni, A. A., & Fajariko, D. 2018. “Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism (*Kill The Messenger*)”. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 9, No. 2, Hal 151-163.
- Triwardani, R., & Wiendijarti, I. 2016. “Reception analysis of beginner voter toward the political party advertising of the winning in the election 2014”. *International Journal of Social Science and Humanity*. Vol. 6, No. 10, Hal 779.
- Tunshorin, C. 2016. “Analisis Resepsi Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta”. *Profetik: Jurnal Komunikasi*. Vol. 9, No. 1, Hal 1-10.
- Tusnawati, Risa dan Devi. 2017. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan pada Iklan Rokok U Mild Versi “Cowo Tau Kapan Harus Bohong”. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Dian Nuswantoro. Hal 1-12.