

DAFTAR PUSTAKA

- Acevedo, C. R., da Silva Tamashiro, H. R., Hermosilla, J. L. G., Nohara, J. J., & Arruda, A. L. (2005). Social representation of women in advertising: Listening to female narratives. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, 11(5), 1-20.
- Akbar, A. F. (2008). Proses pengambilan gambar berita live liputan 6 SCTV.
- A.M, Morissan. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Amin, S., & Siregar, F. M. (2015). Pemimpin dan Kepemimpinan dalam al-Qur'an. *Tanzil: Jurnal Studi Al-Qur'an*, 1(1), 27.
- Aprilina, F. A. D. (2014). Rekonstruksi Tari Kuntulan Sebagai Salah Satu Identitas Kesenian Kabupaten Tegal. *Jurnal Seni Tari*, 3(1).
- Aritonang, D. A., & Doho, Y. D. B. (2020). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP LIRIK LAGU BAND NOAH "PUI SI ADINDA". *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 77-103.
- Asnawi, H. F. (2004). *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Magistra Insania Press Bekerjasama Dengan Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Bahrudin & Umairson. *Kepemimpinan Pendidikan Islam: Antara Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012).
- Budiman, M. (2001). *Semiotika Dalam Tafsir Sastra*. Semiotika Budaya.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata; Pemasaran Communication*.
- Djamereng, A. (2018). Analisis Semiotika pada iklan di media (Iklan Wardah dan iklan Total Almeera). *Jurnal Al-Khitabah*, 4(1).
- Eco, U. (2009). *Teori Semiotika*. Bantul: Kreasi Wacana.

- Ferguson, C., VanRheenen, J., Randolph, J., & Jefkins, G. (1997). "What I Need From the Pulpit" How Women See the Preacher and His Work. *Leaven*, 5(1), 6.
- Firmansyah, A., Akbar, M. I., Rais, M., Kamal, M., & Handayani, P. W. (2009). Pengembangan Alternatif Model E-Payment B2c (Business To Consumer) Untuk Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 42-49.
- Friedman, S. Howard dan Miriam W. Schustack. (2008). *Kepribadian teori klasik dan riset modern*. Jakarta : Erlangga
- Hoed, Benny H. 2008. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Junaedi, Fajar Dkk. (2011). *Komunikasi 2.0: Teorisasi Dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam. *El-Barka: Journal Of Islamic Economics And Business*, 2(1), 90-113.
- Kurzweil, E. (2010). Jaringan Kuasa Strukturalisme dari Levi-Strauss sampai Foucault, terj. Nurhadi dari "The Age of Structuralisme From Levi-Strauss to Foucault". Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana Perdana Media Group.
- Marhaeni K, Dian . 2010. Representasi Anak-Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. 1 (1), 1-11.
- Mcquail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Murgiyanto, Sal. 1983. *Koreografi Pengetahuan Dasar Komposisi Tari*. Jakarta : Depdikbud.
- Muhammad, Dkk. (2002). *Visi Al-Qur"An Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.

- Nadya, N., Maryam, S., & Nadya W, R. (2020). Representasi Budaya Patriarki Dalam Iklan media Sariwangi Versi# Maribicara. *Ikon*, 24(1), 16-27.
- Natha, G. (2017). Representasi Stereotipe Perempuan Dan Budaya Patriarki Dalam Video Klip Meghan Trainor "All About That Bass". *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2).
- Pilliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia yang Dilipat, Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pinem, Saroha. 2009. *Kesehatan Reproduksi dan Kontrasepsi*. Jakarta: Trans Media.
- laki-lakimbada, Swasta (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah, Dalam *Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Purnawati, E. (2016). Perancangan Periklanan Multimedia dengan Teknik Sinematografi untuk Program Publikasi (Studi Kasus: Disporabudpar Kabupaten Banyumas). *Telematika*, 9(1).
- Putra, R. A. (2017). Tinjauan Makna dan Bahasa Visual Iklan (Analisis Semiotika Iklan Bukalapak "Jadilah Pahlawan untuk Satu Juta UKM di Bukalapak" di Youtube).
- Rabbani, Ibnu, (2000). *Bukan Wanita Biasa*, QultumMedia: Tangerang,
- Rinaningputri, E. (2012). Eksploitasi perempuan dalam iklan (studi semiotika visualisasi eksploitasi perempuan dalam iklan produk Guess pada Majalah Cleo dan Elle di Indonesia).
- Sari, Y., & Rummyeni, R. (2016). Pengaruh produk placement merek citra pada film surga yang tak dirindukan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, Riau University).
- Setiawati, T. (2020). Representasi Budaya Patriarki Dalam Film Istri Orang. *Komunika*, 7(2), 66-76.

- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2020). Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro Tv Biro Medan. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 137-150.
- Sudarto, A. D., Senduk, J., & Rembang, M. (2015). Analisis Semiotika Film "Alangkah Lucunya Negeri Ini". *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(1).
- Sudaryono, D. (2014). *Leadership Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sukardi, Muhammad. 2019. Perempuan Pakai Baju Seksi Dianggap Nakal dan Tidak Berpendidikan?. [Online]. <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/01/31/196/2012000/perempuan-pakai-baju-seksi-dianggap-nakal-dan-tidak-berpendidikan>, diakses pada 29 Oktober 2021.
- Syaifinnuha, H. (2016). Potret Kekerasan Terhadap Wartawan Di Indonesia Dalam Film "Kubur Kabar Kabar".
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Cet. Bandung: Alfabeta.
- Terence, A. S. (2003). *Periklanan dan promosi*. Erlangga, Jakarta.
- Thidi. 2018. "Prestasi Shopee Situs Marketplace Yang Mampu Bersaing dalam Waktu Singkat". [Online]. <https://thidiweb.com/sejarah-shopee/>, diakses pada tanggal 8 Oktober 2021.
- Vashti, G. (2015). *Representasi Budaya Patriarki Dalam Iklan media Indonesia (Analisis Semiotik Pada Iklan Nissin Wafer Versi Bercanda Renyah-Iskandar Dan Iklan Oreo Versi Bersama)* (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Vera, N. (2014). *Metode Semiotika Dalam Riset Penelitian*.
- Wibawa, R. S., & Shalsabila, I. A. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Pendek "Wedok". *Teori Komunikasi dalam Praktik*, 1, 53.

- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. (2011). *Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyawanti, W., & Lanjari, R. (2016). SEXY DANCE GRUP ALEXIS DANCER DI LIQUID CAFE KOTA SEMARANG DENGAN KAJIAN KOREOGRAFI DAN MOTIVASI PENARI. *Jurnal Seni Tari*, 5(2).
- Widyatama, Rendra, 2006, *Bias Gender*, Media Pressindo, Yogyakarta
- Yuliana, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Promosi Penjualan, Dan Dorongan Berbelanja Hedonis Melalui Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif Shopee Indonesia. 1-39.
- Yuliani, S., & Demartoto, A. (2007). Konstruksi sosial mengenai tubuh perempuan dalam kaitannya dengan pornografi dan pornoaksi: laporan penelitian, penelitian kajian wanita. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Yuniarvi, R. P. (2017). Struktur dan bentuk tari modern Semarang dance lovers (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).