

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. N. (2012). *Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi*. Acta diurna, 8(1), 27.
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Arifin Eva. (2010). *Broadcasting: to be broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Barker, Chris (2004). *Definiciones: Imagined community / Representation*. The SAGE Dictionary of Cultural Studies. SAGE Publications.
- Berger, P. and Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality* (England: Penguin Group).
- Bungin & Burhan. (2008). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group .
- Cook, R., & Cusack, S. (2010). *Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Jalasutra.
- Fimela. (2022). (Online). Diakses pada 14 April 2023 dari <https://www.fimela.com/beauty/read/4883571/keberhasilan-keanu-edukasi-masyarakat-pentingnya-punya-rambut-ke-charged>
- Grau, S. L., & Zotos, Y. C. (2016). Gender stereotypes in advertising: a review of current research. *International Journal of Advertising*, 35(5), 761-770.
- Hadi, I. P. (2009). *Penelitian khalayak dalam perspektif reception analysis*. Scriptura, 3(1), 1-7.
- Hall, Stuart (Ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*, London: Sage Publications.

- Hardani, Ahyar dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta:Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Inriyanti, E., Fitriana, A., & Nayiroh, L. (2022). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Somethinc X Lifnie Sanders*. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(3), 822-827.
- Irwanto. (2006). *Focus Group Discussion*. Pustaka Yayasan Obor Indonesia
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2023). (Online). Diakses pada 14 April 2023 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/stereotip>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2023). (Online). Diakses pada 17 Juli 2023 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/inklusif>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2023). (Online). Diakses pada 2 Februari 2023 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/represntasi>
- Keller, L. (1993). *How to manage brand equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kom, F. D. (2011). *Pengaruh Terpaan Iklan Tvc Sampoos Terhadap Tingkat Motivasi Pembelian (Doctoral dissertation, UAJY)*.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Krisyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono Rakhmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Kunsey, I. (2018). *Representations of Women in Popular Film : A Study of Gender Inequality in 2018 I. Introduction II. Literature Review. 27-38*.

- Malafitri, N. (2022). *Analisis Resepsi Generasi Z Surabaya Terhadap Standar Kecantikan Pada Laki-Laki Dalam Iklan Ms Glow For Men* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Messerschmidt, J. W. (2012). *Gender, Heterosexuality, and Youth Violence: The Struggle for Recognition*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif*
- Myers. (2012). *Psikologi Sosial*. 2th ed. Jakarta: Salemba Humanika
- Nugroho, Eko. (2019). Teoritisasi Komunikasi dalam Tradisi Sosiokultural. *Jurnal Communicology*. 7(2): 236-253.
- Ostergaard, Lise. (1997). *Gender and development: a practical guide*. United States of Americ: Routledge.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media*. Malang: UB Press.
- Puspitasari, R. (2021). *Analisis Resepsi Khalayak terhadap Kesetaraan Gender dalam Film Mulan 2020* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453-464.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2005). *Psikologi Sosial: Psikologi kelompok dan psikologi terapan* (cetakan ketiga). Jakarta: Balai Pustaka
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson
- Schrøder, K. C. (2016). *Reception Analysis*. Denmark: John Wiley & Sons, Inc.

- Sejarah Pantene. (2023). (Online). Diakses pada 2 Februari 2023 dari <https://www.pantene.co.id/id-id/masalah-rambut-solusinya/sejarah-pantene>
- Soufia, Ana Laila dan Zuchdi. 2004. Minat Belajar dan Impelementasi. UNY. Yogyakarta
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Memahami Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: PT. Lukis Pelangi Aksara
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Evaluasi. (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi). Bandung: Alfabeta
- Susanti. (2015). Kostruksi Sosial Peter L. Berger Dan Thomas Luckman.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). Agenda Setting Media Massa. Jakarta: Rajawali Pers.

