

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2010). *Penelitian Maskulinitas Masih Terbatas*. Retrieved from ugm.ac.id:  
<https://ugm.ac.id/id/berita/2769-penelitian-maskulinitas-masih-terbatas/>
- Alfirahmi, Ekasari R. (2018). *KONTRUKSI REALITAS SOSIAL PEREMPUAN TENTANG GENDER DALAM PEMBENTUKAN KARAKTERISTIK ANAK TERHADAP PEMAHAMAN GENDER*. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (2), 250-262.  
<http://dx.doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i2.1896>
- Astuti D. (2020). *Melihat konstruksi gender dalam proses modernisasi di Yogyakarta*. *POPULIKA* 8 (1), 1-13. <https://doi.org/10.37631/populika.v8i1.131>
- Asmanidar. (2021). *Suluk dan Perubahan Perilaku Sosial Salik (Telaah Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger dan Thomas Luckman)*. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 1 (1), 99-107. <http://dx.doi.org/10.22373/arj.v1i1.9488>
- Carol Bainbridge. (2024). *How a Social Construct Works And Why Every Part of Society Is a Social Construct*
- Faadihilah Arkhan, Pangestu D. H., Shifiq K. A. (2023). *Representasi Maskulinitas dan Tubuh Pria Ideal dalam Iklan Shampoo Clear Man Versi Cristiano Ronaldo*. *Jurnal Audiens*, 3(2), 1-11. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11822>
- Fachrul Z. (2018). *Model Komunikasi Sosial Laki-Laki Feminim*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16 (3), 271-282. <https://doi.org/10.31315/jik.v16i3.3208>
- Habib Muhammad Rifqy Rais, Cita Antariskia, & Muhammad Rajih Imanda. (2023). *Representasi Lelaki Ideal dalam Iklan Djarum 76 Versi Pengen Ganteng Tahun 2010*. *Jurnal Audiens*, 3(1), 72-83. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11793>
- Haryono Eko. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*. *An-Nuur* 13 (2). <https://doi.org/10.58403/annuur.v13i2.301>
- Hastini L Y., Chairael Lucy, Fitri M.E.Y. (2021). *Analisis Peranan Literasi Teknologi dan Informasi Sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan Extraversion dan Perencanaan Karier Generasi Z di Universitas Dharma Andalas*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* Volume 23 No 1
- Infadillah, R., Azhar, A. A., & Zuhriah. (2023). *PERSEPSI KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA*

- MASKULINITAS GENDER MENGENAI FEMINITAS BOYBAND KPOP*. SEMAR : Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat, 1(03), 69–80. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i03.486>
- Iryani J, Syam N. (2023). *Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial*. PusakaJurnal Khazanah Keagamaan 11 (2)
- Jailani, Ms. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam 1 (2), 1-9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Kaharuddin. (2021). *Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi*. Equilibrium: Jurnal Pendidikan 9 (1), 1-8. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>
- Kartika, S. H. R., & Wirawanda, Y. (2019). *Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show*. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), 23–41. <https://doi.org/10.37715/calathu.v1i1.774>
- Khavifah N, Oktariani F.L, Oxygentri O. (2022). *Konstruksi Sosial Stereotip Laki-Laki Feminin*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 8 (22), 510-518. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7356981>
- Kumalasari P. Wijayakusuma F. (2020). *Less masculine, more Feminine dan less feminine, more masculine: Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion*. Emik 3 (2), 137-159. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.662>
- Miranti A., Sudiana Y. (2021). *PELECEHAN SEKSUAL PADA LAKI-LAKI DAN PERSPEKTIF MASYARAKAT TERHADAP MASKULINITAS (ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH)*. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 7 (2), 261-276. <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2809>
- Moussavi, R., Rahmat Mulyana, A., Sakti Dewanto, I., Studi Desain Komunikasi Visual, P., Arsitektur dan Desain, F., & Teknologi Nasional Bandung, I. (2022). *PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN PEMAHAMAN LATIHAN FITNESS UNTUK PRIA BERBADAN KURUS*. In *Seminar Nasional-Fakultas Arsitektur dan Desain-ITENAS*. <https://e proceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/1146>
- Nur F, Nurwati N. (2019). *Gender dan stereotipe: Konstruksi realitas dalam media sosial instagram*. Share Social Work Journal 9 (1), 10-19. <https://doi.org/10.24198/SHARE.V9I1.19691>
- Nurtiaz Faadihilah, A., Hanif Pangestu, D., & Akroman Shidiq, K. (2022). *Representasi Maskulinitas dan Tubuh Pria Ideal dalam Iklan Shampoo Clear Man Versi Cristiano*

- Ronaldo. *Jurnal Audiens* 3 (2), 1-11. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11822>
- Nofriani Hasra. (2021). *Perubahan Makna Maskulinitas pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang*. Universitas Negeri Padang.  
<http://repository.unp.ac.id/id/eprint/38789>
- Oktaviani Ay, & Ageng Kanda Saepudin. (2023). *Dampak Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh Generasi Z Di Kota Cimahi*. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (2DESEMBER), 81-96.  
<http://dx.doi.org/10.26623/janaloka.v1i2%20DESEMBER.8143>
- Panjaitan, F., Stevanus, K. (2020). *Ekualitas antara Laki-laki dan Perempuan: Upaya Mereduksi Kekerasan secara Domestik*. *Thronos: Jurnal Teologi Kristen* 1 (2), 58-72.  
<https://doi.org/10.55884/thron.v1i2.3>
- Perwitasari E. (2021). *Konstruksi sosial soft masculinity dalam budaya pop Korea*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 19 (1), 127-144. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3687>
- Pithaloka, D., Taufiq, I., & Dini, M. (2023). *Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok*. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 69-78. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24793>
- Pradani, A. T., Suhanti, I. Y. (2020) *PERSEPSI SOSIAL LAKI-LAKI TERHADAP PERILAKU MALE GROOMING*. *Motiva: Jurnal Psikologi* 3 (2), 43-51.  
<https://doi.org/10.31293/mv.v3i2.4909>
- Prayoga A.D., Hendrawan Ari, & Eswanda Yushito. (2023). *Maskulinitas Pria Ideal dalam Iklan Televisi Garnier Men Power White*. *Jurnal Audiens*, 3(2), 33-42.  
<https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11930>
- Primasari W. (2017). *KONSTRUKSI GENDER DALAM MEDIA MASSA (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA PROGRAM MATA NAJWA EPISODE "GENGSI BEREPUT KURSI")*. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya* 2 (2), 136-154.  
<https://doi.org/10.33558/makna.v2i2.792>
- Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), h. 520.
- Prasetyo, A. (2022). *Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram*. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 50-62.  
<https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5530>
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2019). *eWOM pada Generasi Z di Sosial Media*. *Jurnal*

- Manajemen Dayasaing, 20(2), 70–80. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i2.6790>
- Rais H.M.R, Antariskia Cita, & Imanda M.R. (2023). *Representasi Lelaki Ideal dalam Iklan Djarum 76 Versi Pongen Ganteng Tahun 2010*. *Jurnal Audiens*, 3(1), 72–83. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11793>
- Sari Vita. (2019). *MASKULINITAS IDEAL MELALUI IKLAN “FACIAL WASH” PRIA DI STASIUN TV INDONESIA*. *Sasando: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pancasakti Tegal* 2 (1), 180-188. <https://doi.org/10.24905/sasando.v2i1.48>
- Salim L. (2021). *Kontruksi Sosial Gender Di Pesantren Studi Kesenjangan Antara Laki-Laki Dengan Perempuan*. *Socio Religia* 1 (2).
- Sugiarti, Fajar E, Dwi A. (2022). *Representasi maskulinitas laki-laki dalam cerita rakyat nusantara*. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* 8 (1), 181-196. <https://doi.org/10.22219/kembara.v8i1.18245>
- Susiati & Taufik. (2021). *Konstruksi Sosial Masyarakat Namlea atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama*. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7 (4), 618-629. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i4.1554>
- Subekti, M., & Gumilar, T. (2017). *KONSTRUKSI LELAKI DALAM CHICKLIT “THE HOPELESS ROMANTIC’S HANDBOOK” DAN “CINTAPUCINNO.”* *Suar Bétang* 12 (1), 93-101. <https://doi.org/10.26499/surbet.v12i1.19>
- Utamidewi W. (2017). *Konstruksi Makna Istri tentang Peran Suami (Studi Fenomenologi Tentang Istri Sebagai Wanita Karir dan Memiliki Pendapatan yang lebih Besar dari Suami di Kota Jakarta)*. *Jurnal Politikom Indonesiana* 2 (2), 63-63.
- Wahyuningtyas V.N, Agustiana N.D. (2020). *RESEPSI MAHASISWA TERHADAP MASKULINITAS MELALUI FASHION IDOL KPOP (Studi Deskriptif Kualitatif Maskulinitas pada Fashion yang Ditampilkan dalam Music Video BTS “No More Dream” dan “Boy With Luv”)*. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan* 2 (1). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v2i1.3206>
- Waruwu Marinu. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7 (1), 2896-2910. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187>
- Winny Gunarti Widya Wardani. (2014). *DESAIN “TAKE ME OUT INDONESIA” DAN ENTITAS*

*BUDAYA MASYARAKAT URBAN*. Jurnal Desain 2 (01), 39-48.  
<https://dx.doi.org/10.30998/jurnaldesain.v2i01.569>

Widyawati M, Fajar E. (2020). *Dinamika Maskulinitas dan Nasionalisme Masyarakat Jawa di Era Majapahit*. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 4 (2), 116-129  
<https://doi.org/10.22219/satwika.v4i2.14288>

Zaman, S. (2023). *Mengapa Maskulinitas Hegemonik Penting dalam Masyarakat Modern?*  
Retrieved from <https://www.kompasiana.com/>:  
<https://www.kompasiana.com/syahiduzzaman5860/6501153508a8b540bf2fcf02/mengapa-maskulitas-hegemonik-penting-dalam-masyarakat-modern?page=all#section1>

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). *Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital*. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1),69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

