

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8(1).
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Aligwe, H. N., et.al. (2018). Stuart Hall's Encoding-Decoding Model: A Critique. *World Applied Sciences Journal*, 36(9), 1019-1023.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Daring). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Keadaan Pekerja di Indonesia Februari 2024*, 18(1). <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/06/07/bd40ab2fa4fac6c726ab4ad4/keadaan-pekerja-di-indonesia-februari-2024.html>
- Baharudin, E., & Ernawati (2024). Media Massa dan Aktivitas Perjuangan Gender. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 7-13.
- Banani, P. A. E. (2024). *Analisis Wacana Digital Tentang Male Privilege di Indonesia dalam Talkshow Mata Najwa Berjudul "Enaknya Jadi Laki-laki"*. (Skripsi Sarjana, UPN Veteran Jakarta).
- Baran, S. J. & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Sixth Edition)*. USA: Wadsworth.
- Basysyar, Z. (2021). Analisis Resepsi Nilai Kesetaraan Gender Dalam Web Series "Exploresop" Kecap Abc. *The Commecium*, 4(01), 217-223.
- Briandana, R. & Azmawati, A. A. (2020). New Media Audience And Gender Perspective: A Reception Analysis Of Millenials Interpretation. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, 6(1), 58-63.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55.
- Dalimoenthe, I. (2020). *Sosiologi Gender*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Demartoto, A. (2010). *Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Dewi, M. A. (2009). Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 228-236.
- Fabianti, D. M. (2002). *Isu Gender dalam Media Televisi Mata Najwa (Analisis Framing)*. (Tesis Pascasarjana, Universitas Hasanuddin).
- Fadilla, A. N., & Wijaksono, D. S. (2022). Pemaknaan Kesetaraan Gender oleh Penonton dalam Film Mulan. *Medium*, 10(1), 253-265.

- Fadilla, A. R. & Wulandari, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Fakih, M. (2008). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: INSISTPress.
- Fitriya, S. G., & Sumardijati, S. (2023). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Iklan Citra "Ragam Cantik Indonesia". *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 7657-7664.
- Global Insight Media. (2024). *YouTube Statistics 2024 (Demographics, Users by Country & More)*. <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>
- Griffin, E. (2012). *A First Look At Communication Theory Eight Edition*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Hadi, I. P. (2009). Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1), 1-7.
- Halizah, L. R., & Faralita, E. (2023). Budaya Patriarki dan Kesenjangan Gender. *Wasaka Hukum*, 11(1), 19-32.
- Hamid, F. T., dkk. (2022). Representasi Objektifikasi Perempuan dalam Film Selesai (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Interaksi Online*, 11(1), 1-20.
- Hanana, A., dkk. (2020). Transformasi Media YouTube dan Televisi (Analisis Fungsi dan Konsumsi Media YouTube dan Televisi di Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 4(2), 186-194.
- Handayani, B., & Daherman, Y. (2020). Wacana Kesenjangan Gender: Kajian Konseptual Perempuan dan Pelaku Media Massa. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 4(1), 106-121.
- Haryoko, S. dkk. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ipang Wahid Strategik. (2023). *Persepsi Digital Menuju Pilpres 2024 Periode 26 Juni-2 Juli 2023*.
- Irwanto. (2006). *Focus Group Discussion: Sebuah Pengantar Praktis*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Isa, J. M., dkk. (2023). Persepsi Mahasiswa terhadap Talk Show Mata Najwa di Trans7 Sebagai Media Informasi Politik. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1131-1145.
- Jensen, K. B. & Jankowski, N. W. (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- Jensen, K. B. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research*. London: Routledge.

- Kaufman, M. (1994), Men, Feminism, and Men's Contradictory Experiences of Power. In H. Brod & M. Kaufman (Eds.), *Theorizing Masculinities* (pp. 142-164). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kusnandar, J. H. (2023). Stigma Maskulinitas di Tengah Budaya Patriarki Analisis Teori Solidaritas Sosial Emile Durkheim. *Journal Of Gender and Children Studies*, 3(1), 26-51.
- Leovani, E. dkk. (2023). Ketidaksetaraan Gender di Tempat Kerja: Tinjauan Mengenai Proses dan Praktek Dalam Organisasi. *Analisis*, 13(2), 303-319.
- Loschiavo, C., et.al. (2007). Engaging Men in Difficult Dialogues about Privilege. *The College Student Affairs Journal*, 26(2), 193-200.
- Manne, K. (2020). *Entitled: How Male Privilege Hurts Women*. London: Penguin Books.
- Mazzoleni, G. (2015). *The International Encyclopedia of Political Communication*. Denmark: John Wiley & Sons, Inc.
- Mcintosh, P. (1988). *White Privilege and Male Privilege: A Personal Account of Coming To See Correspondences through Work in Women's Studies*.
- Morissan, dkk. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Harfa Creative.
- Ningrum, E. S. dkk. (2021). Analisis Resepsi terhadap Feminisme dalam Film Birds of Prey. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(02), 184-189.
- Octaviani, C. N. dkk. (2022). Gerakan Feminisme Melawan Budaya Patriarki di Indonesia. *BroadComm*, 4(1), 23-35.
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70-86.
- Purnomo, A. (2006). Teori Peran Laki-Laki dan Perempuan. *EGALITA*, 1(2),
- Puspitawati, H. (2013). *Konsep, Teori dan Analisis Gender*. Bogor: Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171-180.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Sakina, A. I. & Siti, D. A. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia. *Share Social Work Journal*, 7(1), 71-80.

- Satriani, R., dkk. (2024). Resepsi Penonton Terhadap Makna Stereotip Gender Perempuan dalam Film Barbie Karya Greta Gerwig. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 2(2), 238-246.
- Schmitz, D. et. al. (2015). Reception Studies: State Of The Issue And Challenges Ahead. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 38(1), 109-127.
- Shabira, F. (2022). Representasi Gerakan Feminisme pada Akun Instagram @perempuanfeminis. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 8(2), 71-83.
- Smith, K. et.al. (eds). 2005. *Handbook of Visual Communication Theory, Methods and Media*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Sobari, T., & Silviani, I. (2019). Representasi Perempuan Melalui Perspektif Sara Mills dalam Media Detik.com dan Kompas.com. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(2), 146-156.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tue, F. dkk. (2024). Peran Pendidikan dalam Mendorong Kesetaraan Gender di Masyarakat. *Jurnal Normalita*, 12(3), 218-223.
- Wati, D. R. (2022). Media Sosial YouTube sebagai Penyebar Nilai Kesetaraan Gender. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3(3), 150-161.
- Watt, S. K. (2007). Difficult Dialogues, Privilege and Social Justice: Uses of the Privileged Identity Exploration (PIE) Model in Student Affairs Practice. *The College Student Affairs Journal*, 26(2), 114-126.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- World Economic Forum. (2024). *Global Gender Gap Report 2024*. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/>
- Yasin, M. dkk. (2024). Metode dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif dan Kuantitatif). *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(3), 161-173.
- Yuliyanti, F. D., dkk. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas). *Jurnal Komunikasi Untar*, 9(1), 16-30.
- Zuhri, S. & Amalia, D. (2022). Ketidakadilan Gender dan Budaya Patriarki di Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Murabbi: Jurnal Ilmiah dalam Bidang Pendidikan*, 5(1), 17-41.