

REFERENSI

- 123dok. (2024). *Teori Paul Ekman*. (diambil dari <https://123dok.com/article/teori-paul-ekman-memahami-ekspresi-wajah.y8xeww2q>. Tanggal Akses : 31 Januari 2024)
- AboAlsamh, H. M., Siddiqui, K., & Alahmadi, M. (2023). Changing role of women in Saudi advertising. *E3S Web of Conferences*, 420, 06047. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342006047>
- Adiyanto, W., & Saptiyono, A. (2022). Representasi Laki-Laki dan Perempuan dalam Iklan Tehicha. *Avant Garde*, 10(1), 82. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1716>
- Alomía, X., & Arbaiza, F. (2021). The perception of lima women about the representation of “real woman” in the advertising discourse of beauty and feminine care products. *Tripodos*, 20, 169–185. <https://doi.org/10.51698/TRIPODOS.2021.50P169-185>
- Barthes, R. (1972). Mythologies (myth today). *Books Abroad*, 31(4), 387.
- Billah, N. S. (2022). Representasi Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan Grabcar Versi #Amanuntuksemua. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 44–54. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1242>
- Chitra, K. R., & Senthilkumar, N. (2023). Gender representations and portrayal of adults in children’s television advertising: content analysis of prime cartoon channels in India. *Frontiers in Psychology*, 14(September), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1234678>
- Christinawati, C., & Junaidi, A. (2020). Standar Kecantikan Perempuan Berhijab dalam Iklan Televisi (Analisa Semiotika Iklan Wardah Versi Feel The Beauty). *Prologia*, 4(1), 209. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6477>
- Danesi, Marcel. 2010. Pesan, Tanda , dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.
- Detik.com. (2023). *Kontroversi Larangan Jilbab bagi Pramugari*. (diambil dari <https://news.detik.com/berita/d-6552014/kontroversi-larangan-jilbab-bagi-pramugari> . Tanggal Akses : 26 Desember 2023)

Dewi Indrasari, S., & Aminulloh, A. (2019). CITRA DIRI WANITA BERTHIJAB DALAM IKLAN TELEVISI (Iklan Wardah Shampoo “Daily Fresh” dan Iklan Sunsilk Hijab Recharge). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 71. www.publikasi.unitri.ac.id

Dr. Ira Alia Maerani, S.H., M. H., & Anggreni, A. S. (n.d.). *Diskriminasi dalam Dunia Kerja pada Wanita Berhijab*. 2021. (diambil dari <https://www.kompasiana.com/anggunseptianaanggreni2233/616aacfc8bae931692778f62/diskriminasi-dalam-dunia-kerja-pada-wanita-yang-berhijab> . Tanggal Akses : 22 Desember 2023)

Dwi Ratna Sari, F., Hasanah Sudrajat, R., & Istia Wahyuni, I. (2016). Representasi Cantik Perempuan Indonesia Dalam Iklan Televisi Citra Handbody Lotion “Dari Citra Untuk Perempuan Indonesia.” *Jurnal Sositelknologi*, 15(1), 86–95. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.8>

Ekman, P. (1975). *Facial Areas And Emotional Information*.

Fuchs, C. (2014). *Social media a critical introduction*. Los Angeles: SAGE Publication, Ltd.

Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2018). Teori-Teori Psikologi (Efikasi Diri). In *BRQ Business Research Quarterly* (Vol. 21, Issue 2, pp. 99–110). <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.02.001>

Hall, Stuart. “Representation: Cultural representations and signifying practices.” (1997).

Herman, S., Studi, P., Mesin, T., Mesin, J. T., Teknik, F., Sriwijaya, U., Saputra, R. A., IRLANE MAIA DE OLIVEIRA, Rahmat, A. Y., Syahbanu, I., Rudiyanasyah, R., Sri Aprilia and Nasrul Arahman, Aprilia, S., Rosnelly, C. M., Ramadhani, S., Novarina, L., Arahman, N., Aprilia, S., Maimun, T., ... Jihannisa, R. (2019). NILAI-NILAI PENDIDIKAN DALAM ETIKA BERPAKAIAN WANITA MUSLIMAH(PERSPEKTIF AL-QUR’AN SURAT AN-NUR AYAT 31) SKRIPSI. Jurusan Teknik Kimia USU, 3(1), 18–23.Hidayat, Dedy N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.

Iram, A., Bukhari, S. H. Z., & Abbas, Z. (2023). Portrayal of Women in Advertising Industry of Pakistan. *Pakistan Journal of Social Research*, 05(02), 216–225. <https://doi.org/10.52567/pjsr.v5i02.1184>

Kasali, Rhenald (1992). *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Pustaka Grafit

Khoirum, U. (2021). Perempuan Berhijab dalam Konten Hijab Profile di Portal Wolipop: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(2), 216. <https://doi.org/10.29300/syr.v20i2.3642>

Knowledge. (n.d.). *INI ALASAN ANDA PERLU MENGGUNAKAN YOUTUBE UNTUK MEMASARKAN BRAND DI 2021*. 2021. (diambil dari <https://redcomm.co.id/knownledges/ini-alasan-anda-perlu-menggunakan-youtube-untuk-memasarkan-brand-di-2021> . Tanggal Akses : 14 Januari 2024)

Kotler, Philip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua, PT. Prenhalindo, Jakarta.

Liu, J., Patterson, J. G., Keller-Hamilton, B., Lee, D. N., Chrzan, K. R., & Stevens, E. M. (2023). Sexual orientation and gender identity differences in perceptions and product appeal in response to e-cigarette advertising. *Tobacco Induced Diseases*, 21, 1–11. <https://doi.org/10.18332/tid/169739>

Maulana, I. (2022). “*Hijabophobia*” dan *Diskriminasi Tenaga Kerja*. (diambil dari <https://news.detik.com/kolom/d-6097186/hijabophobia-dan-diskriminasi-tenaga-kerja> . Tanggal Akses : 5 Desember 2023)

McQuail, D. (2020). McQuail’s Media and Mass Communication Theory. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

Oktavia, E. N., Putra, P. R. P., & Sabrina, S. (2020). Representasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London. *Jurnal Audiens*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.12018>

Paper, C. (2016). *Dinamika pesan iklan*. February 2014.

Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd Edition. Thousand Oaks. Sage Publications. Inc. California.

Pocket, A. X. E., Versi, P., & Si, D. (2023). *Representasi kesetaraan gender axe*. 15(1), 85–93.

Puspita, D. G., & Sumanti, S. T. (2023). Studi Kajian Ketidaksetaraan Gender dalam Iklan Televisi Promo Detergen Attack Easy. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 199–205.

Putri, A. S. (2021). *Singkap Musik dalam Perannya Sebagai Bentuk Komunikasi Massa*. (diambil dari <https://nasional.sindonews.com/read/614133/18/singkap-musik-dalam-perannya-sebagai-bentuk-komunikasi-massa-1638249067> . Tanggal Akses : 7 Maret 2024)

Putri Rahmah Nurhakim, Ita Rodiah, H. F. (2023). *DISKRIMINASI UPAH TERHADAP PEREMPUAN YANG*. 7(1), 16–31.

Qasthalani, M. (2014). KONSEP HIJAB DALAM ISLAM M. Qasthalani STIT Agus Salim Metro. *Nizam*, 4(01), 143–157.

Rahmatika, A. (2020). Representasi Perempuan Dalam Iklan Rokok. *Al-MUNZIR*, 13(2), 179. <https://doi.org/10.31332/am.v13i2.1999>

Ramadhan, B. (2023). *Legislator: Pramugari Bebas Berjilbab Harus di Seluruh Maskapai*. (diambil dari <https://news.republika.co.id/berita/rpo0t1330/legislator-pramugari-bebas-berjilbab-harus-di-seluruh-maskapai> . Tanggal Akses : 26 Desember 2023)

Ratnaningtyas, R. P. (2021). Diskriminasi Gaya Hidup Hijabers dalam Berita Wolipop. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(2), 293–312.

Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2019). Pengaruh Iklan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(2), 58–66.

Rizati, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. (diambil dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023> . Tanggal Akses : 14 Januari 2024)

Semiologi Roland Barthes. (2001). Indonesia: Indonesiatara.

Slice. (2023). *[EDISI 2023] Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru*. (diambil dari <https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru> . Tanggal Akses : 14 Januari 2024)

Sobur, Alex. 2009. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Cetakan kelima. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: ALFABETA

Surokim, Hamzah, M., Rakhmawati, Y., Handaka, T., Dartiningsih, B., Kurniasari, N., Quraisyin, D., Trisilowaty, D., Arifin, S., & Rachmad, T. (2017). Internet, Media Sosial, dan Perubahan Sosial. In Surokim (Ed.), Buku Seri Pengabdian Masyarakat # 1 (1st ed.).

Virga, R. L. (2018). Representasi Gaya Hidup Wanita Muslim. *Jurnal Panangkaran*, 2, 207–217.

Yustiana, M., & Junaedi, A. (2019). Representasi Feminisme dalam Film Marlina si Pembunuh dalam Empat Babak (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Koneksi*, 3(1), 118. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6154>

BUKU

Kuhn, T. S. (1962). The structure of scientific revolutions. University of Chicago Press: Chicago.

Moleong, L.J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif / Lexy J. Moleong.