

Daftar Pustaka

- Albi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Alifia Oktrina Fayardi, A. F. (2017). SEMIOTIKA MASKULINITAS DAN FEMINITASSTUDI ATAS KONSTRUKSI GAYA HIDUP DAN IDENTITAS GENDER DALAM IKLAN. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Allan Lasido, N. (2016). Mitos Gaya Hidup Metroseksualitas Dalam Iklan Produk Kosmetik Vaseline Men. *Jurnal Komunikasi*, 169-183.
- Andriyan. (2020). ANALISIS SEMIOTIKA SAMPUL DEPAN MAJALAH TEMPO EDISI 9 – 15. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Arief Pratama, R. A. (2019). PENGARUH YOUTUBE ADVERTISING TERHADAP RESPONS KONSUMEN. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*.
- Astri Rumondang Banjarnahor, B. P. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN*. Yayasan Kita Menulis.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING*. CELEBES MEDIA PERKASA.
- Dalam, M. (2021). Safira Nabila Putri, 2021 MASKULINITAS DALAM IKLAN SKINCARE NATURE REPUBLIC PADA LAMAN YOUTUBE Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu 1. 1-8.
- Danesi. (2012). Pesan, Tanda, dan Makna.
- Darwin, M. (2001). Menggugat Budaya Patriarki. *Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan*.
- Fakih, M. (2008). Analisis Gender dan Transformasi Sosial.
- Firmasnyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hasanah, U. (2019). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Pembersih Wajah. *Seminar Internasional Riksa Bahasa XIII*, 931-940.
- Helianthusonfri, J. (2016). *Youtube Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Iskandar, A. (2018). Pentingnya Memelihara Kebersihan Dan Keamanan Lingkungan Secara Partisipatif Demi Meningkatkan Gotong Royong Dan Kualitas Hidup Warga. *Jurnal Ilmiah Pena*.
- Jafar Lantowa, N. M. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Sleman: Katalog Dalam Terbitan.
- Juliasturi. (2000). Representasi. *Newsletter*.
- Kartini, D. (2015). *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Kartini, D. (2015). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 173-184.

- Karyaningsih, P. D. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: UB Press.
- Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada*, 17-36.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mahendra, I. (2017). Stereotip Gender dan Penyebaran Wacana Maskulinitas dalam Novel Balada Si Roy: Joe Karya Gola Gong. *Jurnal Alayasastra*.
- Moleong. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nabila, S. (2020). Analysis of Factors Affecting Users' Attitude Toward the Youtube Ads and Their Effects on Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 91-100.
- Nufian S Febriani, W. A. (2018). *Teori dan Praktis RISET KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*. Malang: UB Press.
- Nugroho, Y. K. (2018). Representasi Sikap Optimisme Dalam Tampilan Iklan Nivea Men. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 105.
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 16-30.
- Pratami, R. (2020). Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Televisi Men's Biore Cool Oil Clear. *Jurnal Komunikasi*, 119-138.
- Putri, S. N. (2021). Safira Nabila Putri, 2021 MASKULINITAS DALAM IKLAN SKINCARE NATURE REPUBLIC PADA LAMAN YOUTUBE Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu 1. 1-8.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Saguni, F. (2014). Pemberian Streotype Gender. *Musawa*.
- Sanz-Marcos, P. (2018). Theoretical approach of branding from a semiotic perspective. *IROCAMM- International Review Of Communication And Marketing Mix*, 105-118.
- Sasmita, U. (2017). *Jurnal Online Kinesik*.
- Sasmita, U. (2017). Representasi maskulinitas dalam film disney moana. *Jurnal Online Kinesik*, 127-144.
- Setyawan, D. (2016). *Rahasia Mendapat Dollar dari Youtube*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudibyo, A. (2019). *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan*. Jakarta: PT. Gramedia.

- Sumra, M. K. (2019). Masculinity, femininity, and leadership: Taking a closer look at the alpha female. *PLoS ONE*, 1-32.
- Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi - aplikasi praktis bagi penelitian skripsi dan komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wardiana, W. (2002). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia. *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*.
- Wheeler, P. (2007). Representations of Dystopia in Literature and Film. *Representations of Dystopia in Literature and Film*, 1-5.
- Yetty Oktarina, Y. A. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Yosia Kurnia Nugroho, R. E. (2018). REPRESENTASI SIKAP OPTIMISME DALAM TAMPILAN IKLAN NIVEA MEN.
- Zhou, Y. (2021). Impact of YouTube Advertising on Sales with Regression Analysis and Statistical Modeling: Usefulness of Online Media in Business. *Computational Intelligence and Neuroscience*.