

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Bungin, Burhan. 2009. Pornomedia; Sosiologi Media, konstruksi Sosial Teknologi telematika & Perayaan Seks di Media Massa. Jakarta. Pranada Media.
- Bonafix, D. Nunnun. (2011). Videografi: *Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*. 2(01), 845-854
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective public relations* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- DeVito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Boston: Pearson/Allyn and Bacon.
- Fiske, John. (2005). *Reading The Popular*. London: Routledge.
- Grunig, J. E. (2009). *Paradigms of global public relations in an age of digitalisation*. PRism, 6(2), 1-19.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Hardiani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu.
- Herman, Horwitz, Kent, Miller. (2002). *The History of Video Games*. US: Gamespot.
- Ibrahim, Idi Subandy. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Jogja: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy. (1998). *Wanita dan Media (Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lull, James, (2000). *Media Komunikasi budaya*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Peirce, Charles Sanders. "*Collected Papers of Charles Sanders Peirce*." Harvard University Press, 1931-1958.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Storey, John. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Sunderland: Pearson Longman.
- Strinati, D. (2007). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Storey, John. 2007. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop, Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*, Yogyakarta: Jalasutra.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.

Referensi Jurnal :

Abadi, T. W. (2011). *Makna Metodologi dalam Penelitian*. Kalamsiasi, 197-210.

Ajibulloh, A. A. (2021). *Advergaming Sebagai Peluang Media Komunikasi Pemasaran*. Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 67-78.

Åkestam, N., Rosengren, S., Dahlén, M., Liljedal, K. T., & Berg, H. (2019). *Gender stereotypes in advertising have negative cross-gender effects*. *European Journal of Marketing*, 53(7)

Allifiansyah, S. (2015). *Video Game : Antara Produk Budaya Pop dan Resistensi Terhadap Otoritas*. 50-62.

Astuti, Y. D. (2016). *Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta)*. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 25-32.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2014). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.

Cahyowati, T. D. (2013). *Simbolisasi Seksualitas Perempuan dalam Iklan "Segar Sari Susu Soda" Versi Julia Perez*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 342-355.

Dill, K. E., & Thill, K. P. (2007). *Video game characters and the socialization of gender roles: Young people's perceptions mirror sexist media depictions*. *Sex Roles*, 57(11-12), 851-864

Erlita, N. (2016). *Potret Periklanan di Media Massa Indonesia*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 199-210.

Febriany. (2022). *Sejarah, Transformasi dan Konsekuensi dari Game Online*. Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi dan Dakwah.

Goffman, E. (1988). *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Habib, H. A., & Yusanto, F. (2022). *Representasi Citra Perempuan Pada Iklan Bunda Tidak Sempurna, Tapi Cinta #BundaSelaluAda*. *e-Proceeding of Management*, 1-9.

Handoyo, P. (2016). *Representasi Perempuan dalam Media*. *Seminar Nasional Gender & Budaya Madura*, 137.

Hartanto, D. D. (2007). *Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan Layanan Masyarakat "Sahabat Peduli Anti Kekerasan dalam Rumah Tangga"*. *Nirmana*, 77-81.

- Hermawan, H., & Hamzah, R. E. (2017). *Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat*. *Kajian Media*, 166-176.
- Hidayat, D. N. (2002). *Metodologi Penelitian dalam Sebuah "Multi-Paradigm Science"*. *Mediator*, 201.
- Hidayat, M. (2021). *Manajemen komunikasi risiko dalam penanganan covid-19*. (JPPI *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*), 678-682.
- Huan, Y. (2021). *Female Representation in Chinese Otome Games: Comparative Research on Three Famous Games from 2017 to 2021*. *ICELA*, 964-970.
- Husnah, W. (2016). *Efek Kebijakan Satu Anak Terhadap Kehidupan Perempuan di Tiongkok : Sebuah Ironi*. *Jurnal Kajian Wilayah*, 145-158.
- Kusuma, M. P., & Fitriawan, R. A. (2020). *Representasi Peran Domestik Perempuan (Analisis Semiotika John Fiske dalam Film Animasi Pendek "BAO")*. *e-Proceeding of Management*, 1868-1875.
- Luo, X. (2022). *Cultural Representation of Female Images in Advertising*. *Open Access Library Journal*.
- Mulawarman. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya*. *Buletin Psikologi*, 36-44.
- Muslim. (2015). *Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi*. *Wahana*, 77-85.
- Pratiwi, H. A. (2015). *Citra Perempuan dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Pond's Flawless White 7 Days to Love-Versi 10 Menit)*. *Deiksis*, 79-170.
- Rudiansyah. (2017). *Ketidakadilan Gender dalam Kehidupan Perempuan Tionghoa di Kota Medan*. *Jurnal Rupa*, 76-149.
- Santoso, W. M. (2011). *Sosiologi Feminisme; Konstruksi Perempuan dalam Industri Media*. Yogyakarta: LKis.
- Sari, S. (2012). *Stereotip, Bahasa, dan Pencitraan Perempuan Pada Iklan dalam Perspektif Budaya Populer*. *Observasi*, 13-28.
- Tasruddin, R. (2017). *Tren Periklanan di Media Sosial*. *Jurnal Komodifikasi*, 15-20.
- Watie, E. D. (2012). *Periklanan dalam Media Baru (Advertising in The New Media)*. *The Messenger*, 37.
- Yuwono, A. I. (2022). *Perempuan dalam Video Gim (Representasi Perempuan dalam Dead or Alive 6)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 60-72.

Referensi Internet :

- Ayu, I. (2022, November 29). *Industri Game Lokal Hanya Kuasai 04 Persen Pasar*. Diambil kembali dari [Bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20210803/257/1425334/industri-game-lokal-hanya-kuasai-04-persen-pasar](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210803/257/1425334/industri-game-lokal-hanya-kuasai-04-persen-pasar)