

## DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, M., Anggrayni, V., Nabila, A., & Saleh, M. Z. (2025). Dampak dari Pelanggaran Etika Bisnis terhadap Hak Pekerja di PT Alpen Food Industry (AICE). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2755>
- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Prologia*, 3(2), 408. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6373>
- Bahri, N. F. (2019). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Masjid Keraton Buton di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Rupa*, 4(2), 121–128.  
<https://doi.org/10.25124/rupa.v4i2.2314>
- Barbiepedia. (2023). *Stereotypical Barbie and Rare Barbie*. Barbiepedia.  
<https://en.barbiepedia.com/blog/barbie-estereotipica-y-barbie-rara.html>
- Desrianti, D. I., Supriati, R., & Herdiana, K. (2020). Pemanfaatan Film Sebagai Peningkatan Media Promosi Pada Tempat Wisata. *MAVIB Journal*, 2(2), 143–155.  
<https://doi.org/10.33050/mavib.v2i2.1189>
- Doctkerman, E. (TIME). (2023, June). How Barbie Came to Life. *TIME*. [https://time-com.translate.goog/6289864/barbie-time-cover-story/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc&\\_x\\_tr\\_hist=true](https://time-com.translate.goog/6289864/barbie-time-cover-story/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true)
- Effendi, E., Medvi, A., Rinaldi, A. D., Mufida, D. N., & Sugiharto, R. (2024). Strategi Public Relations Partai Persatuan Pembangunan dalam Membangun Citra Positif Masyarakat di Deli Serdang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4129–4137.  
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13022>
- Firdaus, M. Y., Candra Pertala, E., Hestiana, S., & Sukabumi, U. M. (2023). Analisis Nilai Karakter dalam Film Animasi Upin dan Ipin Geng Pengembaraan Bermula Karya Nizam Razak Analysis Of Character Value In The Animation Film Of Upin Dan Ipin Geng Pengembaraan Pemula By Nizam Razak. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), Page. <https://doi.org/https://doi.org/10.59003/nhj.v3i2.901>
- Fox, V. (Bentley U. (2015). 1940s: *Women join the WWII arms race*. Bentley University,

4. <https://www.bentley.edu/news/photo-journey-through-50-years-women-work>
- Gunawan, R., & Pahlevi, A. (2023). Analisis Komponen Visual Pesan Maskulinitas Pada Series Peaky Blinders Season 6. *KINESIK*, 10(1), 98–112.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22487/ejk.v10i1.511>
- Joel Ignatius Dwi Rezky, Wahyudin Uud, & Erlandia Dedi Rumawan. (2023). Penggunaan Film Pendek Sebagai Bentuk Branding PT Sarinah. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 196–211.  
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.412>
- KBBI. (n.d.). *Arti Kata Representasi*. <https://kbbi.web.id/representasi>
- Mackay, J. (2023). How technology has changed the film industry. *Falmouth University News & Stories*, 7. <https://www.falmouth.ac.uk/news/how-technology-has-changed-film-industry>
- Masitha, R. U., & Bonita, E. A. E. (2019). Pengaruh Digital Campaign Web Series Sore Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia Di Kalangan Remaja-Dewasa Muda. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 149–156.  
<https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.61>
- Mattel. (2022). *Barbie Fast Facts*. <https://www.barbiemedia.com/about-barbie/fast-facts.html#:~:text=The Barbie brand has over,7 million monthly active users.>
- Nurdin, N., & Pettalongi, S. S. (2022). Menggunakan Paradigma Studi Kasus Kualitatif Interpretatif Online dan Offline Untuk Memahami Efektivitas Penerapan E-Procurement. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 155–168.  
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1518>
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://repository.uin-malang.ac.id/1133/>
- Rahmansyah, B. Y., & Wibowo, N. F. S. (2024). Representasi Budaya Korupsi Dalam

- Film Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 125–143. <https://doi.org/10.21009/comm.032.08>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 240–245. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.680>
- Sandy M., B. K., & Claretta, D. (2023). Pengaruh Kampanye di Instagram dengan Penggunaan Kain Tradisional pada Gen Z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 377–385. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.4003>
- Septiana, R. (2019). *Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher (Suatu Analisis Semiotik)*. 1, 5–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jefs/article/view/24151>
- Suhendi, N., & Heryanto, N. Y. (2021). *Penerapan Semiotika dan Psikologi Warna dalam Film ( Studi Kasus : Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck )*. <https://ojs.uph.edu/index.php/KOMA-DKV/article/view/4416/pdf>
- Sumarni, T., Rahmadani, G. O., Novryan, M. R., & Refilina, Y. (2024). Penggunaan Sosial Media Advertising dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Indonesian Journal of Innovation Science and Knowledge*, 1(4). <https://knowledge.web.id/index.php/ijisk/article/view/144>
- Supiandi, H., & Elyta. (2023). Representasi Nilai Budaya Bahtuk: Film Dokumenter Sungkung Warisan Budaya di Tengah Rimba. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5347–5348. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.851>
- Suryaputra, L., & Tjandrawibawa, P. (2021). Perancangan *Brand Campaign* dan Media Promosi untuk Meningkatkan Awareness Value Brandonypottery. *Journal Vicidi*, 11, 7. <https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/view/1987>
- Thobby Wakarmamu. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. EUREKA MEDIA AKSARA.

<https://doi.org/https://repository.penerbiteureka.com/publications/408805/metode-penelitian-kualitatif#cite>

Uno, H. B. (2020). Paradigma Penelitian. *E-PROSIDING PASCASARJANA UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO*, 01–11.

<https://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/PSI/article/view/395//>

Wahyudi, E. J., Friyanto, F., Borahima, B., & Sudarjo, S. (2024). *Systematic Literature Review : The Role Of Product Quality And Digital Promotion On Purchasing Decisions*. 9(1), 28–37. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/index>

Wati, M. L. K., Rohman, F., & Yuniawan, T. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes dan Nilai Moral dalam Film Pendek Tilik 2018 Karya Wahyu Agung Prasetya. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(2), 1306–1315. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.3023>

Wibisono, P., & Sari, D. Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1406/706>

Widiastuti, D. P. (2022). *Pengaruh Terpaan Film Bioskop Terhadap Kondisi Emosional Penonton (Studi pada Penonton Bioskop NSC Salatiga)*. 100. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/17278/>