

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Anto, D. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*, Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Armstrong dan Kotler. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies, Theory and Practice*. London: Sage. Publications.
- Bertens, H. (2001). *Literary Theory. The Basic*. London And New York: Routledge
- Mufidah, C. (2004). *Paradigma Gender*. Malang: Bally Media Publishing.
- Fakih, M. (2003). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo
- Husein, U. (1999). *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Jakarta
- Little John, F. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- James F. E. (1994). *Pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku. Konsumen, Edisi 6 : jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesia Tera
- Kepmendagri No. 132 tahun 2003 Bab I Ketentuan Umum Pasal I tentang gender
- Moleong, L. J. (2002). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulia, S. M. (2014). *Kemuliaan Perempuan dalam Islam*. Jakarta; PT. Elex Media Komputindo
- Rani, A, dkk. (2006). *Analisis Wacana : Sebuah Kajian Bahasa Dalam Pemakaian*.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta Barat. Graha Ilmu

- Rozak, dkk. (2009). *Dasar-Dasar Advertising*. Yogyakarta: Teras
- Schiffirin, D (2007). *Ancangan Kajian Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta
- Umar, N. (1999). *Argumentasi Kesetaraan Gender: Perspektif al-Qur'an*. Jakarta: Paramadina.

## **JURNAL**

- Erviana, I. (2017). *Perempuan Karir Perspektif Gender dalam Hukum Islam di Indonesia*. Jurnal Kajian Gender dan Anak. Volume 12, Nomor 02, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Fitriyana, F dan Suparti, M. (2013), *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*, Jurnal Gaussian.Vol. 3 No.1 Universitas Diponegoro
- Harahap, H. S. Dkk. (2020). *Karakteristik Dan Pembagian Peran Produktif Dan Reproduksi Perempuan Lurah Di Wilayah Bekasi*. Jurnal Penyuluhan. Vol. 16 No.1 Institut Pertanian Bogor
- Jayanthi, S. (2013). *Analisis Makna Pesan Generasi Penerus Pada Iklan Susu Nutrilon Royal Versi "Life Starts Here"*.Jurnal Humanoria Vol. 4 No.1 , Universitas Lampung
- Mudjiyanto, B. dan Nur. E. (2013). *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi*. Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa Vol. 16 No.1 Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Jakarta
- Mustar, E. E. (2017). *Sumber Daya Manusia Perempuan Indonesia*. Jurnal Populasi. Vol. 18. No. 2 Universitas Ahmad Dahlan.

- Oktrina, A. (2015). *Analisis Semiotik Gaya Hidup Laki-Laki dan Perempuan Dalam Iklan*. Jurnal Psikologi. Vol. 3. No.1 Universitas Lampung
- Putri. M. S. E. (2018) *Implementasi Strategi Pengarusutamaan Gender Melalui Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Dan Kesejahteraan Perempuan di Provinsi Lampung*. Jurnal Humanoria. Vol. 6 No.1, Universitas Lampung.
- Rahmawati, Alvi Septi dkk. (2010). *Bias Gender dalam Iklan Attack Easy di Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 8 No 3
- Supardin. (2013). *Kajian Gender Perspektif Hadis Nabi*. Jurnal Al Fikr Vol 17 No 1 UIN Alauddin Makassar
- Wiasti, N. M. (2017). *Mencermati Permasalahan Gender dan Pengarusutamaan Gender (PUG)*. Jurnal of Antropology. Vol 1. No.1. Universitas Udayana
- Yogapratama, D. (2009). *Menjadi Seleb Dalam 20 Menit Lewat YouTube*. Yogyakarta: Mozarta Mediatama

#### **INTERNET**

- Agung, A. S . (2001). *Hubungan Gender Dalam Representasi Iklan Televisi*, Jurnal Nirmana Vol. 3, Nomor 1. Januari Diakses dari <http://dgi-indonesia.com/wpcontent/uploads/2009/03/dkv010301011.pdf> pada tanggal 1 Februari 2020 Diakses Pukul 22.45 WIB
- Anonim. (2013). *Peluncuran Strategi Nasional PUG Melalui Perencanaan Dan Penganggaran Yang Responsif Gender (PPRG)*. Online. Dapat diakses pada laman <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/kegiatan-utama/3746-peluncuran-strategi-nasional-pug-melalui-perencanaan-dan-penganggaran-yang-responsif-gender-pprg/> diakses pada 01 Februari 2021 Diakses Pukul 22.40 WIB
- Djamereng, A. (2018). *Analisis Semiotika Pada Iklan Di Televisi*. Jurnal Al-Khitabah, Vol. IV, No. 1 Universitas Islam Indonesia

- Kementrian Keuangan. *Inpres No. 9 Tentang PUG*. Laporan Dapat diakses pada laman <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/inpres-no.-9-tahun-2000-tentang-pug> Diakses pada 04 Januari 2021 Diakses Pukul 21.35 WIB
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. 2018. *Kesetaraan Gender : Perlu Sinergi Antar Kementerian / Lembaga, Pemerintah Daerah, Dan Masyarakat*. Online. Dapat diakses <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1667/kesetaraan-gender-perlu-sinergi-antar-kementerian-lembaga-pemerintah-daerah-dan-masyarakat>. Diakses pada 01 Februari 2021 Diakses Pukul 22.35 WIB
- Kurniawan, A. (2020). *Pengertian Wawancara*. Artikel Online. Dapat diakses pada laman <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-wawancara/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id> diakses pada 01 Februari 2021 Diakses Pukul 22.20 WIB
- Nielsen. (2014). *Konsumsi presentase pengguna televisi*. Dapat diakses pada laman (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>) Akses Pada 23/01/2020 Pukul 21.20 WIB
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). (2010). Dapat diakses pada laman [www.bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id) > publikasi > rpjmn-2010-2014 diakses pada 01 Februari 2021 Pukul 22.30 WIB