

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, Sobur. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Arnie, M., Maryani, E., & Aristi, N. (2019). Representasi Laki-Laki Metroseksual Dalam Iklan Vaseline Men Face Moisturizer. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(1), 10. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i1.21277>.
- Arifin, Z. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya.
- Brilliant Barro Vither. (2015). Interpretasi Khalayak Terhadap Pemberitaan Kasus Kekerasan Seksual Di Jakarta International School Di Televisi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Digitalkswithlauren. (2022, January 10). Mendobrak Stigma Ala Pantene Lewat Campaign #RambutCape Keanu Angelo. Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/digitalkswithlauren/>
- Durianto. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif* (p. 7). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Eka, Dinata. 2010. *Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh*. Bandung. Kaifa.
- Hirmawan, Pratista. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Ismoyo, Tejo. (2018). *Metroseksual*. (n.p.): Deepublish.
- Jefkins, F. (1992). *Public Relation Edisi ke-4*. Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kartajaya on Brand Bandung*: Mizan Pustaka.
- Kartini, D. (2015). Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi Vaseline Men Body Lotion Versi ‘ Darius Sinathrya .’ *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 173–184. <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>
- Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu*

Politik Universitas Gajah Mada, 08(1), 17–36.

Lantowa, Jafar. Dkk. 2017. *Semiotika, Teori, Metode, dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Madani, T. L. (2021). *REPRESENTASI GAYA HIDUP PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM @ bramastavrl*.

Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, A. (2014). *Mulyana: Gaya Hidup Pria Metrosexual di Majalah ... 13(01), 69–86.*

Nurhaliza, W. O. S., Puspita, R., & Lestari, P. D. (2020). Representasi Pria Metroseksual pada Iklan OVO-Tokopedia Edisi Playcoy. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 2(2), 44.

Sarah, Evi, C., & Citraningtyas, C. (2022). *PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP GENDERLESS BEAUTY DALAM IKLAN PANTENE (Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Iklan Bye # RambutCape , Abstrak. 4, 53–60.*

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi*. Erlangga.

Soemanagara, R. (2008). *Marketing Communication*. Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Triswidiastuty, S., & Kahija, Y. (2015). Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual. *Jurnal Empati*, 4(2), 58–64.

