

DAFTAR PUSTAKA

- Arjani, Ni Luh. (2012). Feminisasi Kemiskinan dalam Kultur Patriarki. *Jurnal Studi Jender SRIKANDI*, Available at: <https://jurnal.harianregional.com/srikandi/id-2878>.
- Arya, Nosakros., Hafied Cangara, dan Andi Alimuddin Unde. (2013). Komodifikasi Kemiskinan dalam Televisi Indonesia: Studi Komparatif antara Program “Jika Aku Menjadi” Di Trans TV dengan Program “Bedah Rumah” Di RCTI. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2): 175-185.
- Azmi, dan Astari. (2024). Komodifikasi Kemiskinan di Media Sosial Commodification of Poverty on Social Media. *Semiotika*, 18(1): 1-13.
- Badan Pusat Statistik
- Barker, Chris. (2013). *Cultural Studies: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Christov-Moore, Leonardo., et al. “Empathy: Gender Effects in Brain and Behavior,” *Neuroscience & Biobehavioral Reviews* 46 (October 2014): 604–27.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Durham, M. G., & Kellner, D. (2006). *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden, MA: Blackwell
- Effendy, H. (2008). *Industri Pertelevisian Indonesia: Sebuah Kajian*. Jakarta: Erlangga.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5(2): 259- 272.
- Fitriani Marselina, (2016). Thesis: *Pengaruh Wanita Bekerja, Tingkat Pendidikan Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Muslim Pada Kelurahan 20 Ilir Daerah IV Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

- Gauntlett, David, (2008). *Media, Gender, and Identity: An Introduction*, 2nd ed. New York: Routledge.
- Gefinda, Katon Gian. (2019). Thesis: *Analisis Resepsi Penonton Terhadap Program Acara Berbagi Rizki Net TV*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (2010). In Denzin N, K., & Lincoln, Y. *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 3rd ed. Thousand oaks, California: Sage Publications.
- Hadi, Ido Prijana, et al (2020), *Komunikasi Massa*, Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Halim, N. A. (2011). Media dan Pencitraan Perempuan. *Jurnal Perempuan, Agama dan Gender*, 10 (2).
- Hall, Stuart. (2011). *Budaya Media Bahasa: Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Imron A.M, A. & Nasucha, Y. (2009). Gerakan Perempuan Kontemporer: Dari Konsesi ke Profesionalisasi Disajikan dalam Siaran “Lembar Sastra dan Budaya” melalui RRI Surakarta. *Jurnal Warta*, 12(111): 98–108.
- Indraswari. (2009) Perempuan dan Kemiskinan. *Jurnal Analisis Sosial*, 14(2): 41-42.
- Jalaludin, Rakhmad. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Karimi, S. (2015). Iranian Women’s Identity and Cyberspace : Case Study of Stealthy Freedom. *Journal of Social Science Studies*, 2(1): 221–233. DOI:10.5296/jsss.v2i1.6284
- Kusuma, Rina Sari & Yuan Vitasari. (2017). Gendering the Internet Perempuan pada Ruang Gender yang Berbeda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1). DOI: 10.24002/jik.v14i1.740.
- Labas, Yessi Nurita., & Daisy Indira Yasmine. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. *Pemikiran*

Sosiologi, 4 (2): 104-119.

Liu, Keren. (2019). *Female Audiences' Interpretation on Media Programs— A Research Based on Sherlock*. Atlantis Press.

Livingstone, Sonia. (2009). *The Challenging of Changing Audience*, *European Journal of Communication*, 19(1): 75–86.

Mascovich, Melissa Anne. (2017). *Poverty, Porn, and The Picture: Exploring Representation Of Exploitative Photography Through The Case Of Oxfam*. Austin: The University of Texas.

Maulidya, Alifia Nurrisqi. (2023). Skripsi: Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan Youtube “Indonesia’s Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback”. Universitas Sultan Agung.

McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication*, 2nd ed. Sage Publications.

Nisa, Anis Haifa K. Nisa. (2014). *Komodifikasi Kemiskinan dalam Acara Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Komodifikasi Kemiskinan dalam Acara “Orang Pinggiran” yang Ditayangkan di Trans7*. Bandung: Universitas Islam Bandung.

Nugroho, Agung. (2019). Thesis: *Analisis Resepsi Komodifikasi Kemiskinan (Studi Pada Konten Video “Sirkus Kemiskinan Di Layar Kaca” Bagi Pengguna YouTube)*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Oktasari, Rettria. (2017). Thesis: *Analisis Resepsi Audiens terhadap Personal Branding Raditya Dika dalam RVLOG (Raditya Video Log) Melalui YouTube Channel Raditya Dika*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada

Pelupessy, Ainurrafiq. *Kemiskinan Bagi Kaum Perempuan*. Dalam blog [batukarinfo.com](https://www.batukarinfo.com). Diakses pada 7 Oktober 2023 pukul 06.31 WIB, melalui <https://www.batukarinfo.com/komunitas/blogs/kemiskinan-bagi-kaum-perempuan>.

Prabowo, Galih Akbar. (2022). *Komodifikasi Sedekah di Media YouTube. Proceeding of The 2nd Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era*, Vol 2, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

IAIN Ponorogo.

- Putri, D. P & Lestari, S. (2015). Pembagian Peran dalam Rumah Tangga. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 16(1): 72–85.
- Razaq, Abd., et al. (2022). Komodifikasi Konten Berbagi Uang Dalam Akun YouTube Baim Paula. *Al-Hikmah*, 20 (1): 1-20.
- Rosniar. (2021). Poverty Porn: Komodifikasi dan Etika Media. *Al-Din*, 7(2): 90-99.
- Royal, C. (2008). Framing the Internet: A comparison of Gendered Spaces. *Social Science Computer Review*, 26(2): 152–169. DOI: 10.1177/0894439307307366.
- Septian, Itang. (2012). Skripsi: *Persepsi Mahasiswa Tentang Situs YouTube Sebagai Media Popularitas Seseorang*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stokes, J. (2006). *How To Do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang.
- Storey, John. (2008). *Cultural Theory and Popular Culture; An Introduction*. England: University of Sunderland.
- Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalisme Damai: Meretas Ideologi Peliputan di Area Konflik*. Yogyakarta: Pilar Media.
- Thanuskodi, S. (2013). Gender Differences in Internet Usage Among College Students: A Comparative Study. *Library Philosophy and Practice*.
- Tusnawati, Risa dan Devi Purnamasari. (2017) Analisis Resepsi Khalayak terhadap isi pesan pada Iklan Rokok U Mild Versi Cowo Tau Kapan Harus Bohong. *Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro*.
- Van Zoonen, L. (2002). Gendering the Internet: Claims, Controversies and Cultures. *European Journal of Communication*, 17(1): 5–23.

Vera, Nawiroh. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Widyani, et al. (2023). Analisis Stereotip Gender Dalam Pemilihan Karier: Studi Kasus Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Pinisi: Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 3(1): 111-123.