UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, T. N., Rahma, A. W., & Cholis, Y. T. N. (2020). Eksploitasi tubuh wanita dalam iklan Dolce & Gabbana. *Jurnal Audiens*, *1*(2), 167-174.

Agusta, T., Warto, & Supana. (2017, Desember). Dampak Komodifikasi Terhadap Perubahan Identitas Tari Topeng Hitam. *Haluan Sastra Budaya*, *1*(2), 210-221.

Aprianti, R. (2013). Ekonomi Politik Media Komodifikasi Pekerja dalam Industri Media Hiburan Indonesia. Wardah, 27(16).

Apriati, Y. (2022). Refresentasi maskulinitas dalam iklan rokok dan susu L-Men. *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, *1*(2), 60-75.

Aprilia, D. R. (2013). Iklan dan Budaya Popular: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene). Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(1). https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.252

Azzahra, S. (2024). Multimodalitas Wacana Identitas Nasioanal Prancis Pada Upacara Pembukaan Olimpiade Paris 2024. *Skripsi*.

Brandwick**.** (n.d.). *YSL Opium 1977 parfum advertisement* [Advertisement]. https://brandwick.com/image/YSL-Opium-1977-Parfum.jpg

Cahya, K.D., & Gabriella, S. (2022). Komodifikasi Tubuh Perempuan dalam Kuasa Simbolik Iklan Citra dan WRP. Jurnal Intelektiva, 3(6), 27 - 35.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Christanti, C., & Wicandra, O. B. (2018). Kesetaraan gender dalam iklan-iklan televisi Indonesia. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, *18*(2), 66-73.

Christianna, A. (2012). Komodifikasi Fitur Tubuh Perempuan dalam Iklan Produk Makanan. Scientific Repository, 1 - 8.

Dictionary.com. (n.d.). https://www.dictionary.com/

Djamereng, A. (2018). Analisis Semiotika pada Iklan di Televisi (Iklan Wardah dan Iklan Total Almeera). Open Journal Systems, 4(1).

Falcón Revilla, M. (2022). L'évolution de la publicité à travers quelques parfums (Coco Chanel, Jean-Paul Gaultier et Yves Saint-Laurent).

Fernandez, P.W. (2011). Komodifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 60 - 68.

Firmansyah, A. F. (2025). *Multimodal Analysis of Cigarette Advertisement* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

Fitriana, R. (2014). Perempuan dan sensualitas: Bentuk komodifikasi tubuh perempuan melalui body images yang dikonstruksikan di dalam Iklan Axe. Journal Unair, 3(2), 16-27.

Gita, L., & Haryono, C. G. (2019). Komodifikasi Sensualitas dalam Tayangan Kimi Hime di media sosial Youtube. Semiotika: Jurnal Komunikasi, 13(1).

Gratia, A. F. D. (2025). Multimodal Critical Discourse Analysis of Beauty Advertisement in Vaseline U.S and Vaseline Indonesia Websites. *Thesis*.

Hadiani, S. N., & Balqis, P. (2020). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Lelaki Ideal dalam Iklan Susu L-Men. *Jurnal Audiens*, *1*(2), 221-228.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Handayani, M. (2021). Analisis Semiotika Pada Iklan Parfum Posh Hijab Terhadap Sensualitas Perempuan (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Handayani, R. (2017, Mei). Male Gaze dalam Fotografi Model: Objektifikasi dan Komersialisasi Tubuh Perempuan. *Jurnalisa*, *03*(1), 91-97.

Hermawan, H., & Hamzah, R. E. (2017, Desember). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat. Jurnal Kajian Media, 1(2), 166-176.

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. Jurnal Kajian Media, 1(2).

Hidayati, N. (2018). Teori Feminisme: Sejarah, Perkembangan dan Relevansinya dengan Kajian Keislaman Kontemporer. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender*, *14*(1), 21-29.

Kartini, M. D. (2010). Masculinity and sexuality in perfume advertisements.

Langi, C. (2016). Jenis Tanda Dalam Iklan Parfum (Sebuah Analisis Semiotik). Jurnal Elektronik fakultas Universitas Sam Ratulangi, 4(1).

Mitrin, A., & Putra, N. D. D. (2024). Representasi gender dalam iklan global: Studi perbandingan norma budaya dan praktik media. *Sagara Komunika*, *1*(1), 7-12.

MStantrum. (n.d.). *Yves Saint Laurent Cinéma campaign*. https://www.mstantrum.com/yves-saint-laurent-cinema/

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Mujadidah, L. Eksploitasi Sensualitas Perempuan Dalam Iklan Produk Laki-laki AXE dan ROMANO (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Murwani, E. (2010). Konstruksi 'Bentuk Tubuh Perempuan'Dalam Iklan Televisi. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(1), 10-19.

Musée Yves Saint Laurent Paris. (n.d.). *YSL Opium campaign visual* [Poster]. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/musee-ysl-paris/images/_max_res/BAD-216059270.jpg

Noor, F., & Wahyuningratna, R. N. (2017). Representasi sensualitas perempuan dalam iklan new era boots di televisi (kajian semiotika Roland Barthes). Ikra-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora, 1(2), 1-9.

Gamlath, V. V., & Malkanthie, M. A. A. (2022). Objectification of women in advertising in Sri Lanka. *Asian Journal of Marketing Management*.

Lazar, M. M. (2014). *Feminist critical discourse analysis: Relevance for current gender and language research*. In S. Ehrlich, M. Meyerhoff, & J. Holmes (Eds.), *The Handbook of Language, Gender, and Sexuality* (2nd ed.). Wiley Blackwell.

Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Polity Press.

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

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/1200x/25/f2/ee/25f2ee3181067af0ef9cf1d38f213df6.jpg

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/0a/58/f2/0a58f2ffa3d5d6f58cb8b8422b7a908c.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/50/e4/45/50e44525999137241ef718c389cc47b8.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/54/44/7d/54447d33f239614318254b100f9c5b2c.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/71/e4/5a/71e45aba06ee27212f28b8a16e383c79.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/9e/e9/20/9ee920191024a7cd2a08be9a05777592.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/d3/1e/65/d31e658921978918b168a2680cab7b91.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/da/fe/2d/dafe2d2173d03b408a46310c2d29224c.jpg

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/ea/f6/8d/eaf68d2583d73829c46977f299249559.jpg

Pinterest. (n.d.). *YSL Opium advertisement visual* [Poster]. https://i.pinimg.com/736x/f6/c8/27/f6c827864cca777fec33aaf32dafb43c.jpg

Putri, S. A., Novitasari, A., & Khoirunnisa, H. A. (2021). Representasi Tubuh Ideal Perempuan dalam Iklan Thermolyte Plus. *Jurnal Audiens*, *2*(2), 154-165.

Scentstore. (2024). *YSL MYSLF EDP Le Parfum product image*. https://www.scentstore.com/wp-content/uploads/2024/08/YSL-MYSLF-EDP-Le-Parfum.jpg

Tejawati, N.L.P. (2014). Perempuan Dalam Iklan: Komodifikasi Dan Eksploitasi Tubuh. OJS Unud, 2(2), 1-10.

Velov, B., & Kelov, D. (2021, June). Female Body In Media and Marketing. Časopis za ekonomiju, 11(1), 8-22.

Yudi, D. T. N., & Halwati, U. (2024). Komodifikasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Axe: Representasi dalam Dunia Iklan. *Global: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(1), 1-10.

Yves Saint Laurent Opium advertisement [Advertisement]. (n.d.). https://i.pinimg.com/736x/e3/f9/6d/e3f96d49ecf3855395e24c7eb9099715.jpg

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Komodifikasi Tubuh dalam Iklan Parfum Yves Saint Laurent: Analisis Wacana Multimodal
Mifthahul Janah Shalsabilla, Dr. Merry Andriani, S.S., M.L.C.S.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Hardini, T. I., & Gustiawan, B. (2020). Representation of femininity in French perfume advertisements: An analysis of multimodal discourse: *Atlantis Press*.

Wardoyo, & Jati. (2024). Textual and contextual meaning analysis in perfume advertisement discourse. *Alphabet: A Journal of Language, Literature, and Culture*.

Hurek, B. (2018). *The communication of luxury: A semiotic analysis of a luxury brand's perfume commercial*. SSRN Working Paper.

Pusat Bahasa. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia* (Edisi 4). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Le Robert. (n.d.). *Dictionnaire français en ligne*. Diakses pada 3 Januari 2026, dari https://dictionnaire.lerobert.com/fr/