Perempuan dalam Iklan Kopi (Analisis Semiotika tentang Representasi Perempuan Karier pada Iklan TVC
ABC Instant White Coffee-Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee-Bertabur Nikmatnya)
HERNING MEIANA WINATA PUTRI, Dr.Rajiyem, S.I.P., M.Si.;Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A.;Gilang D Parahita, S.I
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Hibri, Azizah, M. Atho Mudzhar, dan M. Amin Abdullah (Eds). 2001. *Wanita dalam Masyarakat Indonesia.* Yogyakarta: Sunan Kalijaga Press.

Barthes, Roland. 2006. *Mitologi.* Terjemahan Nurhadi dan A. Silabul Milah. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Baswedan, Aliyah Rasyid. 2015. *Wanita, Karier dan Pendidikan Anak.* Yogyakarta:Ilmu Giri

Belch, G.E. & M.A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective.* Boston: McGraw-Hill.

Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Research Methods*. London: Sage Publications.

_____. 2005. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer; Suatu Pengantar Semiotika*. Yogyakarta : Tiara Wacana.

_____. 2012. *Media and Society: A Critical Perspective 9th Edition.* Washington: Rowman & Littlefield.

Bogart, L. 1990. *Strategy in Advertising*: *Matching Media and Message to Markets and Motivations* (2nd Edition Ed.). Illinois: NTC Bussiness Book.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana.

_____. 2013. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi.* Jakarta: Kencana.

Clark, Marshall. 2010. *Maskulinitas: Culture, Gender and Politics in Indonesia.* Victoria: Monash University Press.

Danesi, Marcel. 2011. *Pesan, Tanda, dan Makna.*Terjemahan Evi Setyarini dan Lusi Lian. Yogyakarta: Jalasutra.

Dzuhayatin, Siti Ruhaini, Irwan Abdullah, dan Mansour Fakih (Eds). 1997. *Fire With Fire, The New Female Power and How It Will Change the 21st Century (Naomi Wolf).* Yogyakarta: Pustaka Semesta Press.

Fiske, John, 2006. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komperehensif.* Yogyakarta: Jalasutra.

Gill, Rosalind. 2007. *Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility.*London: SAGE.

Goffman, Erving. 1979. *Gender Advertisement.* New York: Harper and Row Publishers.

Hall, Stuart. 1997. *Representation; Cultural Representations and Signifying Practices.* London : Sage Publications

Jackson, Stevi dan Jackie Jones (Eds). 1998. *Pengantar Teori-teori Feminisme Kontemporer.* Yogyakarta: Jalasutra.

Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan Dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.

Lee, Monle dan Carla Johnson. 1999. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perpekstif Global.* Terjemahan oleh Haris Munandar dan Dudy Priatna. 2004. Jakarta: Prenada Media.

Perempuan dalam Iklan Kopi (Analisis Semiotika tentang Representasi Perempuan Karier pada Iklan TVC
ABC Instant White Coffee-Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee-Bertabur Nikmatnya)
HERNING MEIANA WINATA PUTRI, Dr.Rajiyem, S.I.P., M.Si.;Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A.;Gilang D Parahita, S.I
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lieven, Theo. 2017. *Brand Gender.* New York: Spinger.

Littlejohn, S.W. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication edisi 9.* Jakarta:Salemba Humanika.

Longhurst, B. Smith, G., Bagnall, dkk. 2008. *Introducing Cultural Studies 2nd Edition.* Inggirs: PEARSON Longman.

McQuail, D.2005. *McQuail's Mass Communication Theory. (5th Edition).* London: SAGE.

Murniati, A. Nunuk P. 2004. *Getar Gender: Perempuan Indonesia dalam Perpekstif Agama, Budaya, dan Keluarga.* Magelang: Indonesia*Tera.*

North, W. 1990. *Handbook of Semiotikas*. Indiana: University Press.

Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film.* Yogyakarta:Homerian Pustaka.

Salim, Hairus (Eds). 1999. *Menjadi Perempuan.* Yogyakarta: Lembaga Studin Pengembangan Perempuan dan Anak-Ford Foundation.

Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2009. *Analisis Teks Media.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Solomon, Michael. R. 2017. *Consumer Behaviour Buying, Having, and Being.* Edinburgh: Pearson Education Limited.

Stokers, Jane. 2006. *How To Do Media And Cultural Studies: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya.* Terjemahan oleh Santi Indra. Yogyakarta: Bentang.

Subandy, Idi dan Hanif Suranto (Ed). 1998. *Wanita dan Media Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sudiana, Dendi. 1995. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung: Penerbit Remdja Karya.

Utami, Munandar S.C (Ed). 2001. *Emansipasi dan Peran Ganda Wanita Indonesia: Suatu Tinjauan Psikologis.* Jakarta: UI-Press.

Wibowo, Indiwan Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi.* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi.* Yogyakarta: Media Pressindo.

Woolfolk, A.E. 1995. *Educational Psychology 6th Edition*. Boston: Allyn & Bacon.

Jurnal

Anjalin, Umana. 2015. A Content Analysis of Gender Streotypes in Contemporary Teenage Magazine. University of Tennessee, dalam http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4588&context=utk_gradthes. Diakses 11 Februari 2018.

Aria, Bimo dkk. 2017. Jejak Kesetaraan di Dunia Kerja. Sekolah Jurnalisme AJI, dalam https://aji.or.id/upload/article_doc/kesetaraan_gender_resize.pdf. Diakes 20 Februari 2018.

Balci, Velittin & Caner Ozgen. 2017. What Sports Advertising Tell to Us? Semiotic Analysis. *Journal of Education and Training Studies*, dalam http://redfame.com/journal/index.php/jets/article/view/2387/2491. Diakses 22 Februari 2018.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Perempuan dalam Iklan Kopi (Analisis Semiotika tentang Representasi Perempuan Karier pada Iklan TVC ABC Instant White Coffee-Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee-Bertabur Nikmatnya)
HERNING MEIANA WINATA PUTRI, Dr.Rajiyem, S.I.P., M.Si.;Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A.;Gilang D Parahita, S.I
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bhatia, Sudeep. 2017. Semantic Representation of Prejudice and Streotypes. *Journal Departement of Psychology University of Pennysylvania*, dalam http://www.sas.upenn.edu/~bhatiasu/Bhatia%202017%20Cognition.pdf. Diakses 25 Februari 2018

Brenner, Suzanne. 1996. Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim Women and the Veil. *Journal* of *American Ethnologist, Vol. 23 No. 4,* dalam https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1525/ae.1996.23.4.02a00010 Diakses 7 Juli 2018.

Fugate, Douglas dan Joanna Phillips. 2010. Gender Perceptions and Antecedents of Product Gender Congruence. *Journal of Consumer Marketing, Vol 27.* Departement Sales and Marketing University of Western Kentucky.

Funk, Debby dan Nelson Oly Ndubisi. 2006. Colour and Product Choice: A Study of Gender Roles. *Journal Management Research*, Vol 29 No. ½. Diakses melalui https://emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/01409170610645439.

Herby-Becker, Elisa. 2016. The Rise of Femvertising. Journal School of Journalism and Mass Communication. *Minnesota*: University of Minnesota.

Hoeberichts, Nina. 2012. Music and Advertising: The Effects of Music in Television Commercials on Consumer Attitudes. Bachelor Thesis, dalam https://pdfs.semanticscholar.org/5af5/55e49415cdd76c6c74f10c48c971d9065625.pdf. Diakses 20 Februari 2018.

Ingham, Sue & Wulandari Dirgantoro. 2007. Identity, Religion, Repression or Fashion? The Indonesian Jilbab. *Contemporary Visual Arts+ Culture Broadsheet Vol. 36 No.1*, diakses http://inghaminindonesia.com/files/Identity_Religion_Repression_or_Fashion_The_Indonesian_Jilbab. pdf. Diakses 6 Juli 2018.

Jha, Kumar Alok, Amrita Raj, dan Rachana G. 2017. A Semiotic Analysis of Potraying Gender in Magazine Advertisement, *d*alam http://www.iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol.%2022%20Issue5/Version-11/A2205110108.pdf. Diakses 10 Februari 2018.

Khotimah, Khusnil. 2009. Dikriminasi Gender dalam Sektor Pekerjaan. *Jurnal Studi Gender dan Anak Vol. 4 No. 1*, dalam http://download.portalgaruda.org/article.php?article=49166&val=3910. Diakses 9 Februari 2018

Maya, Ira. 2010. Perbedaan Orientasi Karir antara Pria dan Wanita: Pengaruhnya pada Jenjang Karir yang Dicapai oleh Wanita. Dalam https://www.neliti.com/id/search?q=PERBEDAAN+ORIENTASI+KARIR+ANTARA+PRIA+DAN+WANITA+%3A+PENGARUHNYA+PADA+JENJANG+KARIR+YANG+DICAPAI+OLEH+WANITA. Diakses 19 Februari 2018.

Milner, Laura. M dan Dale Fodness. 1996. Product Gender Perceptions: The Case of China. *Journal International Marketing, Vol. 13 No.4.* Diakses melalui https://emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02651339610127248.

O'Brien, Jodi (Eds). 2009. *Encyclopedia of Gender and Society.* London: SAGE Knowledge.

Ottoson, Therese dan Xin Cheng. 2012. The Representation of Gender Roles In The Media (An Analysis of Gender Discourse in Sex and The City Movies). Departement Economics and Information. University West, dalam

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Perempuan dalam Iklan Kopi (Analisis Semiotika tentang Representasi Perempuan Karier pada Iklan TVC ABC Instant White Coffee-Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee-Bertabur Nikmatnya)
HERNING MEIANA WINATA PUTRI, Dr.Rajiyem, S.I.P., M.Si.;Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A.;Gilang D Parahita, S.I
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:533504/fulltext02. Diakses 10 Februari 2018.

Pollay, Richard. W. 1986. The Disorted Mirror: Reflections On The Unintended Consequences of Advertising. *Journal of Marketing, Vol. 50(2) Spring 1986.* Diakses melalui http://psycnet.apa.org/record/1986-23325-001.

_____. 1987. On The Value of Reflections on the Values in "The Disorted Mirror". *Journal of Marketing, Vol. 51 No.3.* Diakses melalui https://www.jstor.org/stable/1251651

Rachmania, Ririe. 2015. Penggambaran Gaya Hidup Muslimah Urban dalam Majalah Laiqa dan Scarf. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi UNAIR Vol. 4 No.2*, dalam http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm00bd0d292cfull.pdf. Diakses 6 Juli 2018.

Rahardjo, Stepfanni, Andrian DH, dan Bernadette Dian. 2016. Mitos Kecantikan Wanita Indonesia dalam Iklan Televisi Produk Citra Era Tahun 1980-an, 1990-an dan 2010-an. Diterbitkan di Media Neliti. Diakses melalui https://media.neliti.com/media/publications/82438-ID-mitos-kecantikan-wanita-indonesia-dalam.pdf.

Saum, Tiara. 2016. Perempuan dalam Surat Kabar (Representasi Perempuan Karier dalam Rubrik Persona Harian KOMPAS Edisi Januari-Februari 2016),dalamhttp://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL_TIARA%20SAUM_D0 212099.pdf. Diakses 23 Februari 2018.

Sharma, Pooja. 2015. Semiotic Analysis of India Television. India: Amrita School of Business-Amrita Vishwa Vidyapeetham University.

Signoretti, Nicoletta. 2017. A Study of Gender Advertisement: A Statistical Measuring of The Prevalance of Genders' Pattern In Th Images of Print Ads. Bressanone: Faculty of Education-University of Bozen.

Sunesti, Yuni. 2012. Ruang Publik dan Ekspresi Keberagaman Perempuan Berjilbab di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif Vol. 6 No.2*, dalam https://media.neliti.com/media/publications/131860-ID-ruang-publik-dan-ekspresi-keberagaman-pe.pdf. Diakses 6 Juli 2018.

Talbot, Mary. Tanpa Tahun. Gender Streotypes: Reproduction and Challenge, dalamhttp://www.blackwellpublishing.com/content/BPL_Images/Content_store/WWW_Content/9780631225027/020.pdf. Diakses 22 Februari 2018.

Tillburg, van Mariam, Theo Lieven, dan Andreas Herrman. 2015. Beyond "Pink It and Shrink It" Perceived Product Gender, Aesthetics, and Product Evaluation. *Journal Psychology and Marketing Vol 32 No. 4*, dalam https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/mar.20789. Diakses 10 Maret 2018.

Wiyadi, CD. 2016. Analisis Visualisasi Iklan Televisi XL Prioritas Versi "Re-Imagined". Diterbitkan di Media Neliti. Surabaya: Fakultas Seni dan Desain-Universitas Kristen Petra Surabaya.

Zotos, Yorgos dan Eirini Tsichla. 2014. Female Portrayals in Advertising Past Research, New Directions. *Journal On Strategic Innovative Marketing Vol 01*. Departement of Communication and Internet Studies, Technological, University of Cyprus.

Perempuan dalam Iklan Kopi (Analisis Semiotika tentang Representasi Perempuan Karier pada Iklan TVC
ABC Instant White Coffee-Coffeetone dan Kapal Api Grande White Coffee-Bertabur Nikmatnya)
HERNING MEIANA WINATA PUTRI, Dr.Rajiyem, S.I.P., M.Si.;Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A.;Gilang D Parahita, S.I
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Skripsi dan Tesis

Muthia, Riva. 2016. *Analisis Makna Cantik dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi See The Real Me di Televisi*. Skripsi tidak diterbitkan. Lampung: FISIPOL – Jurusan Komunikasi UNILA.

Noor, Febriana. 2016. *Gaya Hidup Urban dalam Iklan Rokok: Analisis Semiotik Representasi Gaya Hidup Urban dalam Iklan rokok A Mild versi Manimal dan U Mild versi Cowo Lebih Tau.* Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: FISIPOL – DIK UGM.

Warburton, Eve. 2006. Private Choice or Public Obligation? Institutional and Social Regimes of Veiling in Contemporary Indonesia. Diterbitkan dalam https://sydney.edu.au/arts/indonesian/docs/Hons_Thesis_Eve_Warburton_2006.pdf. Sydney: Departement of Indonesia Studies – The University of Sydney.

Widianingtyas, Hesti. 2017. *Representasi Feminitas dalam Video Akun Youtube Males Dot Com 2016: Analisis Semiotik Roland Barthes.* Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: FISIPOL – DIK UGM.

Artikel *Online*

Adam, Aulia. 2017. *Bias Gender Bisa Bermula dari Mainan,* dalam https://tirto.id/bias-gender-bisa-bermula-dari-mainan-ckVA. Diakses 9 Maret 2018.

KBBI *Online*, dalam https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/karier. Diakses 2 Maret 2018.

Oksman, Olga. 2015. *Are Gendered Toys Harming Childhood Development?*, dalam https://theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/28/toys-kids-girls-boys-childhood-development-gender-research. Diakses 10 Maret 2018.

Maria Hudalbyah, "Inovasi, Kunci Sukses Kopi Kapal Api", *SWA* (Online), Jakarta, 4 Juli 2016, dalam https://swa.co.id/swa/trends/inovasi-kunci-sukses-kopi-kapal-api. Diakses 10 Maret 2018.

"Top Brand Index 2018", dalam http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1. Diakses 10 Maret 2018.

Youtube Links:

Iklan Kapal Api Grande White Coffee - Bertabur Nikmatnya (2017)

https://www.youtube.com/watch?v=0BH8jiww61c

Iklan ABC Instant White Coffee - Coffetone (2017)

https://www.youtube.com/watch?v=57Rz-wFcX7U