

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdurahman, Maman, Dkk. (2015). *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Bagong, Suyanto & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. USA: Wadsworth.
- Berger, Arthur Asa (2000). *Media Analysis Technique*. Second edition. Alih Bahasa Setio Budi HH. Yogyakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Bertrand, Ina & Hughes, Peter. (2005). *Media Research: Audiences, Institutions, Texts*. Palgrave: Macmillan.
- Beynon, John. (2002). *Masculinities and Cultures*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Biocca, F. A. (1998). *Opposing Conceptions of the Audience: the Active and Passive Hemisphere of Mass Communication Theory*. University of North Carolin: Chapel Hill.
- Brod, Harry (ed). (1987). *The Making of Masculinities: The New Men's Studies*. Boston: Allen & Unwin.
- Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Penerjemah: Alfathri Adlin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2013). *Media/society: Industries, images, and audiences*. California: SAGE Pubication.
- DeFleur, M. (1970). *Theories of mass communication*. New York: David McKay.
- Demartoto, A. (2010). *Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

- Fakih, M. (2006). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Foucault, M. (1990). *The History of Sexuality: An Introduction. Vol. 1*. New York: Vintage Books.
- Gandhi, M. (2002). *Kaum Perempuan dan Ketidakadilan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hall, Stuart (1993). "Encoding/Decoding." S. During (ed.), *The Cultural Studies Reader*. London and NY: Routledge.
- Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Johnshon, Laurence F. dan Rachel S. Smith. (2007). *Social Networking, The Reception in Media Research*. New Jersey: Hampton Publication Third Place and The Evolution of Communication.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management 11th Edition*. Prentice Hall: New Jersey.
- LaRossa, Ralph. (1997). *The modernization of Fatherhood: A Social and Political History*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Littlejohn, Stephen. W. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. USA: SAGE Publication.
- Littlejohn, S. W. (1999). *Theories of Human Communication*. London: SAGE Publication
- Livingstone, S. (2000). *Television and Active Audience*. London: Manchester University Press.
- Louw, P. E. (2001). *The Media and Culture Production*. London: Sage Publication.
- Miles, Matthew B; Huberman, A. Michael; Tjetjep Rohendi Rohidi (penerjemah). (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UI-Press.

- Miles, Matthew B; dan Huberman, A. Michael. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (Second Edition)*. London: SAGE Publications.
- McQuail, Dennis. (1997). *Audience Analysis*. California: Sage Publication.
- Mc Quail, Dennis. (2002). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Redmond, M.V. (2000) *Communication: Theories and applications*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Rokhmansyah, Alfian. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca.
- Sarwono. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perencanaan Iklan Televisi Perusahaan TOP Dunia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Stokes, Jane. (2003). *How to Do Media and Cultural Studies*. London: Sage Publications.
- Struart Hall, Dkk. (2011). *Budaya, Media, Bahasa*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tama, Ishardita Pambudi. dan Dewi Hardiningtyas. (2017). *Psikologi Industri: Dalam Perspektif Sistem Industri*. Malang: UB Press.

Wells, Morriarty dan Burnett. (2006). *Advertising Principle and Practice*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

## Jurnal

Adi, Tri Nugroho. (2012). “Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi”. *FISIP UNSOED Jurnal Acta di Urna A*. Vol.8 No. 1.

Budiman, Manneke. (2013). “Bapak Rumah Tangga: Menciptakan Kesetaraan atau Membangun Mitos Baru?”. *Jurnal Perempuan*. Vol.18. No.1. Page 79-92.

Fitryarini, Inda. (2009). “Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan Oleh Iklan di Televisi”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 6. No. 2. Page 119-136.

Hadi, Priyana Ido. (2008). “Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis”. *Jurnal Ilmiah Scriptura*. Vol.2 No. 1. Page 1-5.

Kropp, E. L. (2015). “Using Social Scientific Criteria to Evaluate Cultural Theories: Encoding/Decoding Evaluated”. *An International Journal of Pure Communication Inquiry*. Vol. 3 No. 2. Page: 10-26.  
<https://doi.org/10.17646/KOME.2015.22>

Kurnia, Novi. (2004). “Representasi Maskulinitas dalam Iklan”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 8. No 1. Page 18.

Murray, Susan B. (1996). “We All Love Charles, Men in Child Care and the Social Construction of Gender”. *Gender and Society*. Vol. 10. No. 4. Page: 368-385.

Nisa, Uswatun. (2017). “Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.com”. *Jurnal Komunikasi Global*. Vol. 6. No. 1. Page: 84.

Prasilika, Tiara. (2007). *Studi Persepsi Resiko Keselamatan Berkendara serta Hubungan Dengan Locus of Control pada Mahasiswa FMK UI yang Mengendarai Motor*. Tidak Diterbitkan. Depok: Program Sarjana Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.

Schramm, D.G, Galovan, A. EK Holmes. TR Lee (2014). “Father Involvement, Father-Child Relationship Quality, and Satisfaction with Family Work: Actor and Partner Influences on Marital Quality”. *Journal of Family Issues*. Vol 35. No 13. Page 1846-1867.

Wahid, Umaimah., dan Ferrari Lancia. (2018). “Pertukaran Peran Domestik dan Publik Menurut Perspektif Wacana Sosial Halliday”. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 11. No. 01. Page 106-118.

Wernick, Andrery (1991). *Promotional Culture: Adaertising, Ideology and Symbolic Expressioru*. London: Sage Publications.

Vigorito, Anthony J., & Curry, Timothy J. (1998). “Marketing Masculinity: Gender Identity and Popular Magazines”. *Sex Roles* Volume 39, Issue 1–2, Page 135–152.

### **Sumber Online**

Industry.co.id. (2018). “Kecap ABC Dukung Kampanye Suami Sejati Mau Masak”. Terarsip dalam <https://www.industry.co.id/read/43766/kecap-abc-dukung-kampanye-suami-sejati-mau-masak> diakses pada 12 September 2019.

Jakarta.tribunnews.com. “Dukung Kesetaraan Gender, Kecap ABC Ajak Para Suami Memasak Lewat Hal Ini”. Terarsip dalam <https://jakarta.tribunnews.com/2018/10/15/dukung-kesetaraan-gender-kecap-abc-ajak-para-suami-memasak-lewat-hal-ini>. Diakses pada 12 September 2019.

Kompas.com. (2008). “Mudah Mengingat Iklan Lewat Isu”. Terarsip dalam <https://regional.kompas.com/read/2008/06/10/19561186/Mudah.Mengingat.Iklan.Lewat.Isu..> diakses pada 25 Mei 2019.

Kompas.com. (2018). “Kecap ABC Dukung Kesetaraan Gender Dimulai dari Dapur”. Terarsip dalam <https://biz.kompas.com/read/2018/10/29/195734628/kecap-abc-dukung-kesetaraan-gender-dimulai-dari-dapur> diakses pada 28 Agustus 2019.

Kraft Heinz Indonesia. Dalam <http://kraftheinz.site.staffcv.com/indonesia/>. Diakses pada 28 Agustus 2019.

Tirto.id. (2019). “Dukung Kesetaraan di Dapur, Kecap ABC Buat Program Koki Muda Sejati”. Tersip dalam <https://tirto.id/dukung-kesetaraan-di-dapur-kecap-abc-buat-program-koki-muda-sejati-eheE> diakses pada 2 September 2019.

Top Brand Award.(2019). “Kecap Manis”. Tersip dalam <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/kecap-manis/> diakses pada 28 Agustus 2019.