

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Irwan. (2001). *Seks, Gender & Reproduksi Kekuasaan*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- Arif, Saiful. (2007). *Membangun Aksi Demokrasi*. Malang: Averroes Press.
- Asher, Ronald E & J.M.Y Simpson. (1994). *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Oxford: Pergamon Press.
- Becker-Herby, Elisa. (2016). *The Rise of Femvertising: Authentically Reaching Female Consumers*. Twin Cities: University of Minnesota.
- Bourdieu, Pierre. (2001). *Masculine Domination*. Stanford: Stanford University Press.
- Candraningrum, Dewi. (2020). *Pemberontakan Linguistik Kristeva: Perempuan sebagai Liyan dalam Politik Bahasa*. Dalam Udasmoro, Wening. (ed.) *Gerak Kuasa*. Jakarta: PT Gramedia.
- Cole, David J. Eve Browning., & Fred Schroeder. (2002). *Encyclopedia of Modern Everyday Inventions*. Westport: Greenwood Press.
- Dyer, Richard. (1977) *Stereotyping*. Dalam Dyer, Richard. (ed.) *Guys and Film*. London: British Film Institute.
- Dyer, Richard. (1999). *The Role of Stereotypes*. Dalam Marris, Paul dan Thornham, Sue (eds) *Media Studies: A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Fairclough, Norman. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of language*. New York: Routledge.
- Fingerson, Laura. (2006). *Girls in Power: Gender, Body, and Menstruation in Adolescence*. New York: State University of New York Press.
- Gauntlett, David. (2002). *Media Gender and Identity*. London: Routledge.
- Goldman, Robert & Stephen Papson. (1998). *Nike Culture: The Sign of the Swoosh*. London: Sage.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practise*. London: SAGE Publications.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2016). *Youtube Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kristeva, Julia. (1982). *Powers of Horror: An Essay on Abjection*. New York: Columbia University Press.
- Langton, Rae. (2009). *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification*. Oxford: Oxford University Press.
- McDermott, Patrice. (1994). *Politics and Scholarship*. Chicago: University of Illinois Press.



Mukhopadhyay, Carol. Tami Blemenfield., & Susan Harper. (2020). *Gender and Sexuality*. Dalam Brown, N., McIlwraith, T., de González, L.T. (eds.) *Perspectives: an Open Introduction to Cultural Anthropology*. Arlington: American Anthropological Association.

Mulvey, Laura. (1989). *Visual and Other Pleasure*. New York: Palgrave.

Collins, Patricia Hill. (2000). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*. New York: Routledge.

Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika, Tafisr Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

Rustinawati, Yuli. (2017). *Modul Pendidikan Dasar Sogiesc*. Jakarta: Arus Pelangi.

Santoso, Edy. (2006). *Islam dan Konstruksi Seksualitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sastrawati, Nila. (2018). *Laki-laki dan Perempuan Identitas yang Berbeda*. Makassar: Alauddin Press.

Talbot, Mary. (2003). *Gender and Stereotypes: Reproduction and Challenge*. Dalam Holmes Janet., dan Meyerhoff, Miriam (eds) *The Handbook of Language and Gender*. United Kingdom: Blackwell Publishing.

Traneman, Ann. (2010). *Mengeruk Keuntungan dari Kutukan: Iklan dan Berbagai Hal yang dianggap Tabu saat Menstruasi*. Dalam Gamman, Lorraine., dan Marshment, Margaret. (eds) *Tatapan Perempuan: Perempuan sebagai Penonton Budaya Populer*. Terj. Betharie Anissa Ismayasari. Yogyakarta: Jalasutra.

Wilson, Hugh T. (1989). *Sex and Gender: Making Cultural Sense of Civilization*. New York: EJ Brill.

## Jurnal

Abdullah, Irwan. (2002). *Mitos Menstruasi: Konstruksi Budaya atas Realitas Gender*. *Jurnal Humaniora*, 12 (1), 34-41.

Afriana, Fenny. Puji Agnes R. & Henny Agustiningrum. (2017). *Hierarki Efek Model pada Tayangan Iklan Youtube*. *Jurnal Komunikasi*, 2 (2), 140-145.

Alatas, Salim. & Vinnawaty Sutanto. (2019). *Cyberfeminism and Female Empowerment Through New Media*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17 (2), 165-176.

Aliyah, Ida H. Siti Komariah. & Endah Ratnawaty C. (2018). *Feminisme Indonesia dalam Lintasan Sejarah*. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 1 (2), 140-153.

Alkan, Nermin. (2016). *New Trends in The Representation of Women in Contemporary Media Culture: A Critical Analysis of Three Women Empowering Advertising Campaigns*. *Galatasaray University Journal of Communication*, (24), Hal. 119-143.

Azizah, Aufa R. (2019). *Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Gaul di Kalangan Remaja*. *Jurnal Skripta*, 5 (2), 33-39.

Belanche, Daniel. Alfredo Perez-Rueda. & Carlos Flavian. (2020). *Merek Recall of Skippable vs non-skippable ads in Youtube*. *Online Information Review*, 44 (3), 545-579.



- Chandra, Edy. (2017). *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1 (2), 406-417.
- Fatimah, Siti. (2007). *Perempuan dan Kekerasan pada Masa Orde Baru*. Demokrasi, Vol. VI (2), Hal. 99-110.
- Fuady, Mohammad F. (2017). *Pergeseran Makna Warna Pink dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. Jurnal Desain Interior*, 2 (2), 97-110.
- Goldman, Robert. Deborah Heath. & Sharon Smith. (1991). *Commodity Feminism. Critical Studies in Mass Communication*, (8), 333-351.
- Hartanto, Deddi D. (2007). *Representasi Stereotype Perempuan dalam Iklan Layanan Masyarakat "Sahabat Peduli Anti Kekerasan dalam Rumah Tangga. Nirmana*, 9 (2), 77-81.
- Hsu, Chung-Kue. (2017). *Femvertising: State of the Art. Journal of Merek Strategy*, 7 (1), 28-47.
- Humaeni, Ayatullah. (2015). *Tabu Perempuan dalam Budaya Masyarakat Banten. Humaniora*, 27 (2), 174-185.
- Ismiati. (2018). *Pengaruh Stereotype Gender Terhadap Konsep Diri Perempuan. Takammul*, Vol.7 (1), 33-45.
- Kumalaningtyas, Nur. & Mutia Lidwina S. (2018). *Citra Tubuh Perempuan dalam Iklan Video Digital. Jurnal Diakom*, 1 (2), 62-73.
- Lutfiyah, Luly Zahrotul. & Kingkin Puput K. (2020). *Perbandingan Stereotipe Gender dalam Iklan: Kajian Semiotika Roland Barthes. Belajar Bahasa*, 5 (2), 211-220.
- Marlina, Inda. (2018). *Paham Gender melalui Media Sosial. Habitus*, 2 (2), 225-242.
- Munfarida. Elya. (2014). *Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough. Komunika*, 8 (1), 1-19.
- Pajnik, Mojca. & Petra Lesjak-Tusek. (2002). *Observing Discourses of Advertising: Mobitel's Interpellation of Potential Consumers. Journal of Communication*, 26 (3), 277-299.
- Pollay, Richard W. (1986). *The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising'. Journal Of Marketing*, 50 (2), 18-36.
- Pradnyan, Ni PD. & I Gusti Agung P. (2019). *Pembebasan Tubuh Perempuan di Ruang Tradisi. Dharmasmrti*, 10 (1), 93-107.
- Prasetyo, Kuncoro B. (2010). *Membaca Diskursus Post-Feminisme melalui Novel "Perempuan Di Titik Nol". Komunitas*, 2 (2), 135-142.
- Prayoga, Reza A. & Husnul Khatimah. (2019). *Pola Pikir Penggunaan Bahasa Inggris Pada Masyarakat Perkotaan di Jabodetabek. Simulacra*, 2 (1), 39-52.
- Rahmatullah, Lutfi. (2013). *Haid (Menstruasi) dalam Tinjauan Hadis. Palastren*, 6 (1), 23-56.
- Repo, Jemima. (2020). *Feminist Commodity Activism: The New Political Economy of Feminist Protest. International Political Sociology*, 14, 215-232.
- Saguni, Fatimah. (2014). *Pemberian Stereotype Gender. Musawa*, 7 (2), 195-224.



Said, Abdul M. (2018). *Implikasi Postfeminisme Terhadap Degradasi Moral Bangsa*. An-Nisa, 11 (1), 400-416.

Salama, Nadiatus. (2013). *Seksisme dalam Sains*. Sawwa, 8 (2), 311-322.

Sany, Nukhbah. Edy Rahardja. (2016). *Membedah Stereotip Gender: Persepsi Karyawan Terhadap Seorang General Manager Perempuan*. Diponegoro Journal of Management, 5 (3), 1-9.

Saraswati, Ardhina. Ni Wayan S. (2017). *Wacana Perlawanan Persebaya 1927 terhadap PSSI: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough*. Mozaik Humaniora, 17 (2), 181-191.

Sigiro, Atnike N. (2020). *Perempuan dan Pandemi Covid-19*. Jurnal Perempuan, 24 (4), iii-iv.

Suwastini, Ni Komang A. (2013). *Perkembangan Feminisme Barat Dari Abad Kedelapan Belas Hingga Postfeminisme: Sebuah Tinjauan Teoretis*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 2 (1), 198-208.

Syafe'i, Imam. (2015). *Subordinasi Perempuan dan Implikasinya Terhadap Rumah Tangga*. ANALISIS: Jurnal Studi Keislaman, 1 (15), 143-166.

Tito, Anita CP. & Claudy Gabriella. (2019). *Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai*. Jurnal Akutansi Maranatha, 11 (1), 98-114.

Winarni, Rina W. (2010). *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan*. Deiksis, 2 (2), 134-152.

### **Skripsi, Tesis dan Disertasi**

Baidhowi, Puspita N. (2018). *Konstruksi Wacana dan Komodifikasi Menstruasi dalam Iklan Pembalut*. Skripsi. Program Studi Komunikasi, Universitas Airlangga. Surabaya.

Hayuningsih, Arifah AC. (2011). *Politik Identitas Perempuan dalam Iklan Pembalut Kotex Tahun 1920-2010*. Tesis. Program Studi Kajian Budaya dan Media, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Chairani, Nur. (2012). *Struktur Wacana Iklan Advertorial Pembalut Wanita dalam Majalah Wanita Remaja*. Skripsi. Program Studi Indonesia, Universitas Indonesia. Depok.

Dans, Christina. (2018). *Commodity Feminism Today: An Analysis of the "Always #LikeAGirl" Campaign*. Thesis. Department of Journalism, Master of Science in Journalism, West Virginia University, Morgantown.

Dowsett, Julie E. (2014). *Feminism for Sale: Commodity Feminism, Femininity, and Subjectivity*. Dissertation. Graduate Program in Political Science, York University. Ontario.

Hunt, Alexandra R. (2017). *Selling Empowerment: A Critical Analysis of Femvertising*. Thesis. Boston College, Massachusetts.

Jalakas, Lisa D. (2016). *The Ambivalence Of #Femvertising: Exploring The Meeting Between Feminism and Advertising Through The Audience Lens*. Tesis. Lund University. Swedia.



Narriswari, Stephanie W. (2016). *Sejarah Iklan Pembalut dalam Majalah Femina Dan Gadis: Studi Citra Perempuan Periode 1977-2000*. Skripsi. Program Studi Sejarah, Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Soler, Camila F. (2019). *Femvertising and Postfeminism*. Tesis. Masters in Marketing, National College of Ireland. Irlandia.

## Prosiding

Fachruddin, Sutiya. & Asrul Jaya. (2020). *Perilaku Remaja dalam Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Media Baru 4.0*. Kamil, Sitti UR., Aprina, Muthia P. [eds]. *Prosiding. Komunikasi, Pembangunan, dan Media*. Kendari: Komunika.

## Laporan

Komnas Perempuan dan AIPJ2. (2020). *Policy Brief 2: Melihat Dampak Pandemi COVID-19 dan Kebijakan PSBB melalui Kacamata Perempuan Indonesia*. Hal. 1-12.

## Siaran Pers

Kemen PPPA. (2020). *Survei 'Menilai dampak COVID-19': Perempuan Memikul Beban Lebih Berat Dibandingkan Laki-laki*. Diakses pada 13 April 2021, dari <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2921/survei-menilai-dampak-covid-19-perempuan-memikul-beban-lebih-berat-dibandingkan-laki-laki>.

Kemen PPPA. (2020). *Menteri Bintang: Pengesahan RUU PKS Tidak Dapat Ditunda Lagi*. Diakses pada 13 April 2021, dari <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2821/menteri-bintang-pengesahan-ruu-pks-tidak-dapat-ditunda-lagi>.

## Website

Amalia, Chusna. (2021). *Stereotip Gender dalam Buku Sekolah Indonesia*. Diakses pada 16 April 2021, dari <https://pmb.lipi.go.id/stereotip-gender-dalam-buku-sekolah-indonesia/>.

Antara. (2012). *PT. Kao Investasi Rp1,2 Triliun Bangun Pabrik*. Diakses pada 15 Maret 2021, dari <https://investor.id/archive/pt-kao-investasi-rp12-triliun-bangun-pabrik>.

Bernie, Mohammad. (2020). *RUU PKS Darurat Disahkan Malah Dibuang DPR*. Diakses pada 14 April 2021, dari <https://tirto.id/ruu-pks-darurat-disahkan-malah-dibuang-dpr-fMLg>.

Buchori, Ahmad. (2020). *Pasar Pembalut Wanita di Indonesia Setiap Tahun Tumbuh Positif*. Diakses pada 14 Maret 2021, dari <https://www.antaranews.com/berita/1262929/pasar-pembalut-wanita-di-indonesia-setiap-tahun-tumbuh-positif>.

Burkett, Elinor. (2020). *Women's Rights Movement*. diakses pada 5 Januari 2021, dari <https://www.britannica.com/event/womens-movement>.





- Casofa. Fachmy. (2019). *Sutradara: Pengertian, Peran, Tugas dan Proses Kreatif!*. Diakses pada 25 April 2020, dari <https://fachmycasofa.com/sutradara/>.
- Christvidya, Kezia P. (2020). *Pengertian Iklan, Tujuan dan Jenisnya yang Perlu Diketahui*. diakses pada 31 Desember 2020, dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4411140/pengertian-iklan-tujuan-dan-jenisnya-yang-perlu-diketahui>.
- CNN Indonesia. (2019). *Nukilan Sejarah Pembalut dari Masa Ke Masa*. Diakses pada 30 Januari 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190412232255-255-385915/nukilan-sejarah-pembalut-masa-ke-masa>.
- Dahono, Yudo. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Diakses pada 11 Maret 2021, dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>.
- Das, Debarati. (2019). *Why Digital Feminist Activism is Real and Valid*. Diakses pada 15 April 2021, dari <https://feminisminindia.com/2019/08/26/digital-feminist-activism-real-and-valid/>.
- Daugherty, Philip H. (1984). *Advertising: Dentsu of Japan Still Largest Agency*. Diakses pada 24 April 2021, dari <https://www.nytimes.com/1984/04/23/business/advertising-dentsu-of-japan-still-largest-agency.html>.
- Debora, Yantina. (2017). *Tradisi Chhaupadi: Saat Perempuan Haid Dianggap Membawa Sial*. Diakses pada 30 Desember 2020, dari <https://tirto.id/tradisi-chhaupadi-saat-perempuan-haid-dianggap-membawa-sial-cuzS>.
- Dean, Brian. (2021). *How Many People Use Youtube in 2021?*. Diakses pada 25 Mei 2021, dari <https://backlinko.com/youtube-users>.
- Dentsu. *The History of Dentsu*. Diakses pada 24 April 2021, dari <https://www.dentsu.com/about/summary/history.html>.
- Desyana, Siti RA. (2019). *Berapa Harga Kaos 'Girl Power'-mu? Fakta tentang Femvertising*. diakses pada 20 Oktober 2020, dari <https://magdalene.co/story/fakta-tentang-femvertising>.
- Dwisapta. *CEO & MD Brief*. Diakses pada 25 April 2021, dari [http://dwisapta.com/index.php/about\\_us/ceomdbrief](http://dwisapta.com/index.php/about_us/ceomdbrief).
- Eka, Randi. (2016). *Media Muda Vice Hadir di Indonesia untuk Ekspansi Pertamanya di Asia Tenggara*. Diakses pada 7 Maret 2021, dari <https://dailysocial.id/post/media-muda-vice-hadir-di-indonesia-untuk-ekspansi-pertamanya-di-asia-tenggara>.
- Follows, Stephen. (2014). *What Percentage of a Film Crew is Female?*. Diakses pada 13 Maret 2021, dari <https://stephenfollows.com/gender-of-film-crews/>.
- Hadi, Zufri. (2019). *Asal Mula Nama 5 Generasi di Zaman Now*. Diakses pada 22 April 2021, dari <https://kumparan.com/zufri-hadi/asal-mula-nama-5-generasi-di-zaman-now-1554033262838252950/full>.
- Khairulbariyah. (2020). *#RambutAkuKataAku: Femvertising Lagi*. Diakses pada 14 Oktober 2020, dari <https://medium.com/@kitabicaradulu/rambutakukataaku-femvertising-lagi-a03fe6b02d4b#:~:text=Dalam%20video%20tersebut%20digambarkan%20bahwa,kedalam%20definisi%20yang%20lebih%20inklusif.&text=Femvertising%20diartikan%20sebagai%20iklan%20yang,pro%2Dperempuan%20untuk%20memberdayakan%20perempuan>.



- Kirnandita, Patresia. (2018). *Pengetahuan Seks adalah Tabu: Bikin Malu Sekaligus Penasaran*. Diakses pada 7 Maret 2021, dari <https://tirto.id/pengetahuan-seks-adalah-tabu-bikin-malu-sekaligus-penasaran-cEHw>.
- Komnas Perempuan. (2020). Hasil Kajian Komnas Perempuan tentang Perubahan Dinamika Rumah Tangga dalam Masa Pandemi Covid-19. Diakses pada 9 Mei 2021, dari <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/siaran-pers-and-eksekutif-summary-kajian-dinamika-perubahan-di-dalam-rumah-tangga-edisi-revisi>.
- Ladjar, Angelina M. (2014). *Bidik Celah Lewat Edukasi Kesehatan Remaja*. Diakses pada 22 April 2021, dari <https://marketing.co.id/bidik-celah-lewat-edukasi-kesehatan-remaja/>.
- Laurier Indonesia. (2017). *Dari Laurier Untuk Semua Cewek #JuaraBulanan*. Diakses pada 9 Maret 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=TnWTiVANcWI>.
- Laurier Indonesia. (2020). *Laurier X Vice: Seberapa Tahu Kamu Tentang Vagina? #VagCheck*. Diakses pada 6 Maret 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=ulNwYhiw1Wo>.
- Laurier Indonesia. (2020). *#IniCaraCewek Nyaman Jadi Diri Sendiri!*. di akses pada 7 Maret 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=L5vcA3irT94&t=2s>.
- Liliah, Arie. (2018). *Mimpi Maya Watono Untuk Periklanan Indonesia*. Diakses pada 25 Mei 2021, dari <https://swa.co.id/swa/ceo-interview/mimpi-maya-watono-untuk-periklanan-indonesia>.
- Luviana. & Nur Aini. (2020). *Dampak Omnibus Law UU Cipta Kerja Bagi Pekerja dan Perempuan*. Diakses pada 27 Mei 2021, dari <https://www.konde.co/2020/10/amati-dan-teliti-dampak-omnibus-law-uu.html/>.
- Maulida, Lely. (2019). *Apa Bedanya Youtube Premium dengan Youtube Biasa?*. Diakses pada 11 Maret 2021, dari <https://www.tek.id/culture/apa-bedanya-youtube-premium-dengan-youtube-biasa-b1XpL9fYS>.
- Mukthi, M.F. (2011). *Di Balik Pembalut: Evolusi Pembalut Terus Mengiringi Perjalanan Sejarah Perempuan*. Diakses pada 11 Oktober 2020, dari <https://historia.id/kultur/articles/di-balik-pembalut-P7pg6/page/1>.
- Nurvitasari, Ayunda. (2018). *Feminisme: Mitos, Asumsi, dan Kenyataan*. Diakses pada 30 Desember 2020, dari <https://www.anotasi.com/feminisme/>.
- Pratiwi, Andi Misbahul. & Nadya Karima M. (2014). *Mariana Amiruddin: Narasi Verbal Melanggengkan Hierarki Gender*. Diakses pada 15 April 2021, dari <http://www.jurnalperempuan.org/warta-feminis/mariana-amiruddin-narasi-verbal-melanggengkan-hierarki-gender>.
- PT. Kao Indonesia. *Sejarah Grup Kao*. diakses pada 11 Oktober 2020, dari <https://www.kao.com/id/id/who-we-are/globalhistory/>.
- Rura, Cecylia. (2019). *Perempuan Penerjang Maskulinitas Perfilman Indonesia*. Diakses pada 30 Desember 2020, dari <https://www.medcom.id/hiburan/eksklusif/VNxZLgak-perempuan-penerjang-maskulinitas-perfilman-indonesia>.
- Setyanti, Christina A. (2015). *Sejarah Perkembangan Pembalut di Seluruh Dunia*. Diakses pada 29 Januari 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150708142921-277-65196/sejarah-perkembangan-pembalut-di-seluruh-dunia>.



- SuperSpy. (2008). *McGarryBowen Sells Its Soul To Dentsu*. Diakses pada 24 April 2021, dari <https://www.adweek.com/agencyspy/mcgarrybowen-sells-its-soul-to-dentsu/3205/>.
- Syambudi, Irwan. (2021). *Mempertanyakan Keseriusan dan Komitmen DPR Mengesahkan RUU PKS*. Diakses pada 13 April 2021, dari <https://tirto.id/mempertanyakan-keseriusan-dan-komitmen-dpr-mengesahkan-ruu-pks-gbDm>.
- Tamin, Rizki. (2020). *Premenstrual Syndrome*. diakses pada 15 Juni 2021, dari <https://www.alodokter.com/premenstrual-syndrome/>
- Top Merek Index. *Top Merek Index Pembalut Wanita*. diakses pada 11 oktober 2020, dari [https://www.topmerek-award.com/top-merek-index/?tbi\\_find=laurier](https://www.topmerek-award.com/top-merek-index/?tbi_find=laurier).
- Upahita, Damar. (2020). *Berbagai Informasi Penting Seputar Menarche (Menstruasi Pertama)*. Diakses pada 29 Januari 2021, dari <https://hellosehat.com/parenting/remaja/menarche-menstruasi-pertama/#gref>.
- Willy, Tjin. (2021). *Menopause*. Diakses pada 6 Maret 2021, dari <https://www.alodokter.com/menopause#:~:text=Menopause%20adalah%20berakhirnya%20klus%20menstruasi,menstruasi%20lagi%2C%20minimal%2012%20bulan>.
- Wojcicki, Susan. (2016). *Ads That Empower Women Don't Just Break Stereotypes- They're Also Effective*. Diakses pada 15 April 2021, dari <https://www.adweek.com/merek-marketing/ads-empower-women-don-t-just-break-stereotypes-they-re-also-effective-170953/>.
- Yoyok. (2018). *Kao Indonesia Kuasai 45% Pasar Pembalut di Indonesia*. Diakses pada 14 Maret 2021, dari <https://industri.kontan.co.id/news/kao-indonesia-kuasai-45-pasar-pembalut-di-indonesia>.
- Yuliantina, Anastasia L. (2020). *Uni-Charm Siap Ungkit Produksi Pembalut Wanita Malam Hari*. Diakses pada 15 Maret 2021 <https://industri.kontan.co.id/news/uni-charm-siap-ungkit-produksi-pembalut-wanita-malam-hari>.
- Women on Hollywood. (2018). *Statistics Women Behind the Scenes*. Diakses pada 13 Maret 2021, dari <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2018-statistics/#:~:text=82.1%25%20of%20producers%20were%20male,were%20held%20by%20white%20males>.