**DAFTAR PUSTAKA**

Ardianto, Elvinaro., Erdinaya, Lukiati Komala., Karyanti, Rema. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Barnard, M. (2006). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Bungin, Burhan. (2001). *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela.

. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

. (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakri.

. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Febriyanti. (2011). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Produk Perawatan Tubuh Untuk Laki-Laki (Skripsi, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, Indonesia). Diperoleh melalui http://e-journal.uajy.ac.id/1883/ diakses pada 5 April 2019.

Fiske, Jhon. (2007). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra

Febriyanti. (2011). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Produk Perawatan Tubuh Untuk Laki-Laki (Skripsi, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, Indonesia). Diperoleh melalui http://e-journal.uajy.ac.id/1883/ diakses pada 5 April 2019.

Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: SAGE Publications.

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.

Lee, Monle, & Johnson, Carla. (2007). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Persfektif Global*. Jakarta: Kencana.

L-Men. (2019). Diperoleh melalui <https://www.l-men.com/> diakses pada tanggal 18 Juni 2019.

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

Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan, M. A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Nutrifood Indonesia. (2019). Diperoleh melalui <https://www.nutrifood.co.id/> pada tanggal 03 Juli 2019.

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif.* Yogyakarta: LKis.

Piliang, Y.A. (2003). *Hipersemiotika*. Yogyakarta: Jalasutra.

Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Rahasia Untuk Tampil Menarik. Cowok Wajib Tau! (06 Oktober 2017). *Gentlemancode.* Diperoleh melalui <https://www.gentlemancode.id/read/grooming/Rahasia-Untuk-Tampil-Menarik-Cowok-Wajib-Tau> diakses pada tanggal 24 Juli 2019.

Rakhmat, Jalaludin. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ramadhan, Yoga Pradipta. (2012). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Man Toiletries (Skripsi, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia). Diperoleh melalui http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20318252-S-Yoga%20Pradipta%20Ramadhan.pdf diakses pada 10 April 2019.

Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendikia.

Selby, K. & Cowdery, R. (1995). *How to Study Television*. London: Mc Millisan.

Sobur, Alex. (2009). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Wibowo, Indiwan Seto Wahyu. (2011). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Media Pressindo.

. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Wilfred, T. (1962). *“Color Organ” in compton’s pictured encyclopedia*. Chicago: F.E Compton & Company

Youtube Medsos No. 1 di Indonesia. (3 Juni 2019). Katadata. Diperoleh melalui https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia diakses pada tanggal 03 Agustus 2019.

.

YouTube untuk Pers. (2019). YouTube. Diperoleh melalui https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/press/ diakses pada tanggal 03 Agustus 2019.

YouTube. (2019). Wikipedia. Diperoleh melalui https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube diakses pada tanggal 04 Agustus 2019.