

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, M. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, M. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aldianto, E., Komala, L., & Krlinah, S. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Sebiosa Rekatama Media.
- Athiya. (2012). *Seminar Mengenai Perempuan Dan Media*. Bandung: UIN.
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies, Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Beynon, D. P. (2007). Informatics and the Inca. *International Journal of Information Management*.
- Beynon, J. (2002). *Masculinities and Culture*. Buckingham dan Philadelphia: Open University Press.
- Connell, R. W. (2005). *Globalization, imperialism, and masculinities in Handbook of studies on men & masculinities*. (M. S. Kimmel, J. Hearn, & R. W. Connell, Penyunt.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dermantoto, A. (2010). *Konsep Maskulinitas Dari Zaman ke Zaman dan Citra dalam Media*. Surakarta: FISIP UNS Surakarta.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fiske, J. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1 ed.). (H. Dwiningtyas, Penerj.) Jakarta: Rajawali Pers.
- Gerhards, C. (2017). Product placement on YouTube: An explorative study on YouTube creators' experiences with advertisers. *Convergence*.
- Indonesia, P. N. (2023, Juli 4). Diambil kembali dari <https://www.nutrifood.co.id/about-us/>.
- Junaedhi, K. (1999). *Ensiklopedia Pers Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Katadata. (2019, 06 18). Diambil kembali dari YouTube Medsos No. 1 di Indonesia: <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>
- Kimmel, M. S., & Aronson, A. B. (2003). *Men & Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia*. California: Santa Barbara.

- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang: Universitas Brawijaya Pers.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatera.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Kencana.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Kencana.
- Lee, M., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Nasir, S. (2007). *Maskulinitas dalam Iklan Gudang Garam: Analisis Semiotik atas Iklan Gudang Garam*.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan*. Jakarta: Erlangga.
- Sobur, A. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Synnott, A. (1993). *The body social : symbolism. Self and society, Londres*. New York: Routledge.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi, Cet.1*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widyatama, R. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Media Pressindo.
- YouTube. (2019, 06 16). Diambil kembali dari YouTube untuk Pers: <https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/press/>