

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agee, K. W., dkk. (2001). *Introduction to Mass Communications*. New York: Longman.
- Ardianto, E., dkk. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, Stanley J. (2010). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Percetakan Jalasutra.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dominick, Joseph R. (2000). *The Dynamics of Mass Communication*. New York: Random House.
- Effendy, Onong Uchjana. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: PT Alumni.
- Fathurrohman, P., & Sutikno, M Sobry. (2011). *Strategi Belajar Mengajar Melalui Penanaman Kosnep Umum dan Konsep Islam*. Bandung: Refika Aditama
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Hall, Stuart. (1997). *The Work of Representation. Theories of Representation: Ed. Stuart Hall*. London-Sage Publication.
- Hartley, John. (2010). *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ida, Rachmad. (2013). *Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Limbong, T., & Simarmata, J. (2020). *Media dan Multimedia Pembelajaran: Teori & Praktik*. Yayasan Kita Menulis
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2013). *Semotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. (2016). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Wibowo, Indriawan Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zulmiyetri, Safaruddin, & Nurhastuti. (2020). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media.

Skripsi dan Jurnal

- Alnashava, Preciosa J. (2012). *Representasi Kekerasan Simbolik Pada Hubungan Romantis Dalam Serial Komedi Situasi How I Met Your Mother*. Thesis.
- Ayun, P. Q. (2020). Representasi Suku Papua Dalam Narasi Film Anak. *SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat Dan Komunikasi*, 14(01), 31-38.
- Azalia, L., & Nugroho, C. (2019). Representasi Feminisme dalam Film (Analisis Semotika Roland Barthes dalam Film Ocean's 8). *E-Proceeding of Management Vol. 6, No. 2, 5303-5306*
- Burton, A. M., Jenkins, R., & Schweinberger, R. (2011). Mental Representations of Familiar Faces. *British Journal of Psychology*, 102 (4), 943-958
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439.

- Ghandi, F. A., & Mu'tashim, Y. F. (2020). Representasi Gaya Hidup Hedonisme Pada Tokoh Utama Dalam Film Koala Kumal Karya Raditya Dika. *Kawruh: Joournal of Language Education, Literature and Local Culture*, 2(1).
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*, Vol. 11 No. 1, 5-11.
- Karen, K. (2013). Representasi Konsumerisme Dalam Film “Confessions Of A Shopaholic” (Styudi Analisis Semiotika Representasi Konsumerisme Dalam Film “Confessions of a Shopaholic). *Flow*, 1(3).
- Maulana, I., dkk. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17 (1), 28-34.
- Nurjayanti, N., & Arindawati, W. A. (2019). Representasi Makna Konsumerisme Dalam Iklan Ramayana Ramadhan #KerenLahirBatin di Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(1), 186-201.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697.
- Rahardjo, D. D. F. (2016). Representasi Budaya Populer Dalam Film “Slank Nggak Ada Matinya” Karya Fajar Bustomi. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 344-358.
- Sudarto, A. D., Senduk, J., & Rembang, M. (2015). Analisis Semotika Film “Alangkah Lucunya Negeri Ini”. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(1).
- Taufik. (2016). Analisis Semotika Pesan Pendidikan Dalam Film “3 Idiots” Karya Sutradara Rajkhumar Hirani. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 15-17.
- Yan, Sui., & Ming, Fan. (2015). Reinterpreting Some Key Concepts In Barthes’s Theory. (<http://www.academicjournals.org/journal/JMCS/article-full-textpdf/ABC767050719>)
- Wardhani, M., D. (2009). *Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. Surakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret.
- Weisarkurnai, B. F., & Nasution, B. (2017). *Representasi Pesan Moral Dalam Film Rudy Habibie Karya Hanung Bramantyo (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Riau University.

Online

<https://m.kumparan.com/kumparanhits/survei-membuktikan-masyarakat-indonesia-lebih-suka-nonton-film-lokal-1sejVJLKAS3/1> (Diakses pada tanggal 7 Januari 2020)