

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Afifuddin, Saebani. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV.

Pustaka Setia

Astawan, Made. (2003). *Membuat Mi dan Bihun*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Bharata, Sukma Addy & Dendy Triadi. (2010). *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Bungin, Burhan. (2009). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursi Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

Durianto . (2003). *Brand Equity Strategi Memimpin Pasar* . Jakarta: PT Gramedia

Pustaka Utama

Ida, Rachmah. (2011). *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya*. Surabaya:

Pusat Penerbitan dan Percetakan Unair (AUP)

Jamaludin, Adon Masrullah. (2017). *Sosiologi Perkotaan Memahami Masyarakat*

*Kota dan Problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia

Kotler, Philip & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas,*

Jakarta: PT. Indeks

Lee, Monle & Carla Jhonson. (2004). *Periklanan dalam Prespektif Global*. Terj.

Haris Munandar dan Dudy Priatna, Jakarta: Prenada Media

- Lister, Martin. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge  
Taylor & Francis Group
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku 1-6/E*. Jakarta: Salemba  
Humanika
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja  
Rosdakarya
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:  
Prenadamedia Group
- Nurul dan Mubarak, Wahid Iqbal. (2009). *Ilmu Kesehatan Masyarakat Teori dan  
Aplikasi*. Jakarta: Salemba Medika.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*.  
Jakarta: Erlangga.
- Soekanto, Soerjono. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo  
Persada.
- Sutherland, Max & Alice K. Sylvester. (2005). *Advertising and the Mind of the  
Consumer*. Terj. Andreas Haryono dan Slamet, Jakarta: Penerbit PPM
- Syabhana, Rabian. (2014). *Selfie*. Pangkal Pinang: CV. Ladang Akhirat.
- Wantu, M Fence. (2015). *Pengantar Ilmu Hukum*. Gorontalo: Reviva Cendekia.

**Jurnal :**

Adi, Wasono. (2018). *Analisis Tekstual Gaya Bahasa Iklan Harbolnas Versi Sakit Jiwa Toko Online Bukalapak.com Di Internet*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta

Ahmad, Aris. (2013). *Sejarah Selfie Serta Efek Positif dan Negatifnya*. (Online) ([http://alltutorial.net/sejarah-selfie-serta-efek-positif- dan-negatifnya/](http://alltutorial.net/sejarah-selfie-serta-efek-positif-dan-negatifnya/)) diakses pada 19 Desember 2019.

Amelia, R. (2017). *Karakteristik Mie Basah Dengan Proporsi Tepung Umbi Gembili*. Universitas Muhammadiyah Semarang. (Online)(<http://repository.unimus.ac.id/404/3/15.%20BAB%20II.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019.

Ariwibowo. (2015). *Keefektifan Metode Klarifikasi Nilai Dalam Meningkatkan Karakter Siswa Pada Mata Pelajaran Pkn*. (Online) (<https://journal.uny.ac.id/index.php/jipsindo/article/view/4525>) diakses pada 19 Desember 2019.

Brata, B Ida. (2010). *Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global*. Denpasar. Universitas Maharsaraswati Denpasar.

Derry, Iswidharmanjaya, B. A. (2014). *Bila Si Kecil Bermain Gadget*. (Online) (<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8562/5/BAB%20II.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019.

- Faridah, S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Bekerja Menjadi Driver Ojek Online Sebagai Mata Pencarian Ekonomi Di Jakarta*. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fisk, Peter. (2015). *Brand Innovation*. Inggris.
- Lestari, Rizki Widya. (2015). *Kekerasan Terhadap Pertemuan Dalam Film Indonesia (Analisis Tekstual Gambaran Kekerasan Terhadap Perempuan Dalam Film “7 Hati, 7 Cinta, 7 Wanita” Karya Robby Ertanto Soediskam)*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Manumpil. M.Dkk. (2015). *Hubungan Penggunaan Gadget dengan Tingkat Prestasi Siswa di SMA NEGERI 9 Manado*. (Online) (<http://ejournal.unsrat.ac.id>) diakses pada 19 Desember 2019)
- Natalia, Angga. (2015). *Peran partai politik dalam mensukseskan pilkada serentak di indonesia tahun 2015*. Lampung. Institute Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Octavianti, Thirsa. (2016). *Efektivitas Iklan Televisi Bukalapak Edisi “Gunakan Jarimu dan Jadilah Pahlawan di Bukalapak” pada Masyarakat Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Piliang, Yasraf Amir. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks*, 2004
- Putra, H Angga. (2015). *Trend Selfie (Self Portrait) Di Jejaring Sosial (Studi Tentang Faktor Pendorong, Perubahan Gaya Hidup, Dan Dampak Foto Selfie Di Jejaring Sosial Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas*

- Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Lampung*). Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Rahayu, Lina Meilinawati. (2016). *Jilbab: Budaya Pop Dan Identitas Muslim Di Indonesia*. Sumedang. Universitas Padjajaran.
- Ritonga, S Arlizar. (2017). *Analisis Tokoh (Najwa Shihab) Berdasarkan Teori Komunikasi Antarpribadi*. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Safuwani. (2007). *Gaya Hidup, Konsumerisme dan Modernitas*. Aceh. Universitas Malikussaleh.
- Santoso, Budi. (2018). *Analisis Makna Pesan Verbal dan Pesan Non Verbal Dalam Iklan Layanan Masyarakat "Stop Hoax" Produksi RCTI*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Saputra, D Anggariawan & Listyani, H Refti. (2017). *Masyarakat Konsumsi (Studi Deskriptif Gejala Konsumerisme Jasa Tato Pada Masyarakat Kota Surabaya)*. Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Sari, Melda. (2018). *Cara Bertahan Hidup Keluarga Buruh Bangunan (Studi Kasus di Kelurahan Pasir Pengaraian)*. Riau. Universitas Riau.
- Seladipura, Gin. (2013). *Selfie Mewarnai 2013*. (Online) (<http://ginseladipura.com/2013/12/26/selfie-mewarnai-2013/>) diakses pada 19 Desember 2019.

- Sinaga, S Syahrul. (2017). *Jurnal Seni Musik*. (Online) (<https://eprints.uny.ac.id/8191/3/BAB%202-06208241018.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019.
- Solihin. (2015). *Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Suciati, R. (2014). *Ekspresi Emosi Manusia*. (Online) (<http://repository.uin-suska.ac.id/5883/3/BAB%20II.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019.
- Suhodo, Diah S. (2016). *Think Out Of The Box: Proses Kreasi-Kreativitas Industri Periklanan*. Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI
- Suhendra, Ahmad. (2013). *Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab Dan Jilbab Dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta. Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama (PWNU).
- Sumarmo, Utari. (2010). *Berfikir dan Disposisi Matematik: Apa, Mengapa, Dan Bagaimana Dikembangkan Pada Peserta Didik*. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Susanti, Ari. (2018). *Analisis Tekstual Brand Teluk Love Menjadi Destinasi Wisata Populer Di Kabupaten Jember*. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember
- Susanti. (2017). (Online) (<http://eprints.umm.ac.id/41758/3/jiptumpp-gdl-susanti201-46791-3-babii.pdf>) diakses pada 20 Desember 2019.

Syukron. (2009). *PESAN SOSIAL YANG TERTUANG DALAM KARIKATUR (Analisis Semiotik Pada Karikatur Buku Orang Miskin Dilarang Sekolah, Orang Miskin Dilarang Sakit Dan Orang Miskin Tanpa Subsidi* *Karangan Eko Prasetyo*). (Online)([http://eprints.umm.ac.id/10711/1/PESAN\\_SOSIAL\\_YANG\\_TERTUANG\\_DALAM\\_KARIKATUR.pdf](http://eprints.umm.ac.id/10711/1/PESAN_SOSIAL_YANG_TERTUANG_DALAM_KARIKATUR.pdf)) diakses pada 19 Desember 2019

White, B & Naafs S. (2012). *Generasi Antara: Refl eksi tentang Studi Pemuda Indonesia*. Vol.1 No.2. (Online)(<https://jurnal.ugm.ac.id/jurnalpemuda/article/view/32063>) diakses pada 19 Desember 2019.

### **Skripsi :**

Agustina, Serly Putri. (2014). *Pembuatan Plastik Biodegradable dari Pati Umbi Gadung*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.

Caniago, R Logian. (2017). *Selfie Sebagai Wujud Meningkatkan Eksistensi Diri Mahasiswi Melalui Akun Instagram (Studi Kasus Mahasiswi Bimbingan Konseling Islam IAIN Purwokerto Tahunn 2014)*. Purwokerto: Insitutut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Fachreza, Ardian. (2019). *Representasi Perempuan Pada Tayangan Gaming Di Youtube Channel Kimi Hime (Analisis Tekstual Representasi Perempuan Pada Tayangan Gaming Di Youtube Channel Kimi Hime)*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

- Faradi, R Achmad. (2016). *Masyarakat Konsumsi (Studi Deskriptif Gejala Konsumerisme Jasa Tato Pada Masyarakat Kota Surabaya)*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Fatahillah, Nasrullah. (2018). *Identitas Moral Generasi Millennial Dan Post-Millennial Perspektif Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Helmy, Abid. (2012). *Kritik Sosial Dalam Iklan Komersial (Analisis Semiotika Pada Iklan Rokok Djarum 76 Versi Gayus Tambunan)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Istiqomah, SN. (2015). *Pengaruh Kematangan Emosi Dan Kecerdasan Sosial Terhadap Interaksi Sosial Siswa Program Akselerasi*. (Online)(<http://etheses.uin-malang.ac.id/1201/1/11410012-Pendahuluan.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019.
- Kalsum, Ummi. (2008). *Kritik Sosial Dalam Iklan (Analisis Iklan Sampoerna A Mild)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Nayantaka, P Anggita. (2009). *Perilaku Konsumtif Warga Kota Moskow Pascakrisis Finansial Tahun 1998*. (Online) (<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/123226-RB12A287p-Perilaku%20konsumtif-Analisis.pdf>) diakses pada 19 Desember 2019
- Nugraha, Dianta Wahya. (2013). *YouTube Salah Satu Bentuk Platform Media Baru Dalam Dunia Periklanan Di Indonesia*. Jakarta: Universitas Indonesia



- Perwira, Wahyu Yudha. (2019). *Efektivitas Iklan Tokopedia Versi “Mulai Aja Dulu” Pada Remaja Surabaya*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur
- Pramono, Donny Mauludih. (2017). *Pemaknaan Gambar Cangkir Di Media Sosial (Studi Semiotik Terhadap Gambar Cangkir di Sosial Media)*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur
- Putra, Ibrahim Zulfikar. (2017). *Kritik Sosial Dalam Sajak Puisi (Studi Semiotik Representasi Kritik Sosial Puisi “Bunga Dan Tembok” Karya Wiji Thukul*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur
- Putri, S Resti. (2014). *Gaya Hidup Kaum Urban Dalam Iklan 3 (Three) (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Operator Selluler 3 (Three) Versi Indie+ “Jadi Orang Gede Menyenangkan, Tapi Susah Dijalani”)*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Putri, T Calonica. (2017). *Peran Voice Over Dalam Produksi Iklan Di Radio Prambors Yogyakarta*. Solo: Universitas Sebelas Maret
- Rachmaningtyas, Putri Afrida. (2017). *Efektivitas Iklan Google Versi “Selalu Tau Liburan Yang Seru (Studi Deskriptif Kualitatif Efektivitas Iklan Google Versi “Selalu Tau Liburan Yang Seru Di Televisi Pada Masyarakat Surabaya*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur
- Rambitan, Pratiwi Anggita. (2018). *Pengaruh Iklan “BukaLapak” Pada Situs YouTube Dan Gaya Hidup Di Era Digital Terhadap Minat Beli Ulang Di Tolo Online “Bukalapak”*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma

Sari, Diah Permata. (2014). *Pembuatan Plastik Biodegradable Menggunakan Pati dari Keladi*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.

Susilowati, A. (2017). *Hubungan Sanitasi Lingkungan Dengan Tingkat Kepadatan Lalat Di Pasar Tradisional Kecamatan Tembalang*. Universitas Muhammadiyah Semarang. (Online)(  
<http://repository.unimus.ac.id/356/3/13.%20BAB%202.pdf>) diakses pada 20 Desember 2019

Yanti R Indah. (2017). *Persepsi Masyarakat Terhadap Pekerja Wanita Di Tempat Karaoke Princess Syahrini Kota Makassar*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

**Tesis :**

Suprihatin. (2014). *Mitos Eskapisme Dalam Iklan Rokok di Media Luar Ruang (Ad-Print) (Analisis Semiotik Iklan Rokok A Mild dan Djarum Super Mild)*. Tesis S2, Surabaya: Universitas Airlangga

**Non Buku :**

Gojek Indonesia. (2019). *Cerdikiawan*. (<https://www.gojek.com/cerdikiawan/>, diakses pada 25 Desember 2019)

KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (<http://kbbi.web.id/pusat>, diakses pada 3 Desember 2019)

- MBA Skool. *Brand Building Definition, Importance, Process & Overview*.  
(<https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/13022-brand-building.html>, diakses pada 16 Januari 2020)
- Nistanto, Reska K. (2018). *Tren Iklan Di YouTube Indonesia, Video Panjang dan Banyak Story Telling*  
(<https://tekno.kompas.com/read/2018/05/09/13470037/tren-iklan-di-youtube-indonesia-video-panjang-dan-banyak-story-telling>, diakses pada 9 September 2019)
- Nielson. (2017). *Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia*.  
(<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>, diakses pada 8 September 2019)
- Pratiyudha, P Pinurba. (2018). *Mencari Definisi Para Driver Ojek Online: Pekerja Biasa, Kontraktor Independen, atau Pekerja Independen?*.  
(<https://medium.com/@pppyudha/mencari-definisi-para-driver-ojek-online-pekerja-biasa-kontraktor-independen-atau-pekerja-764e366741e4>, diakses pada 23 Desember 2019)
- Quamila, Ajeng. (2016). *Mana Yang Lebih Sehat: Mandi Menggunakan Shower, Gayung, atau Bath Up?*. (<https://hellosehat.com/hidup-sehat/fakta-unik/mandi-pakai-shower-gayung-atau-bath-tub/>, diakses pada 30 Desember 2019).

- Sukandar, Clara Aprilia. (2019). *4 Tren Iklan Bisnis di 2019 yang “Milenial Banget”*. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read212021/4-tren-iklan-bisnis-di-2019-yang-milenial-banget.html>, diakses pada 8 September 2019)
- Tamtomo, B Akhbar. (2019). *Cerita Wakil Rakyat Baru: Tidur Saat Pelantikan, Berebut Selfie Bareng Jokowi, Bolos Paripurna*. (<https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/03/112549365/cerita-wakil-rakyat-baru-tidur-saat-pelantikan-berebut-selfie-bareng-jokowi?page=all>, diakses pada 30 Desember 2019)
- Wahyuni, Tri. (2016). *Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Kedua Di Dunia*. (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160222182308-277-112685/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-ke-dua-dunia>, diakses pada 19 Desember 2019).
- Yulistara, Ariana. (2014). *Selfie dan Narsis, Serupa tapi Tak Sama*. (<http://wolipop.detik.com/read/2014/02/07/090434/2489927/852/selfie-dan-narsis-serupa-tapi-tak-sama>, diakses pada 19 Desember 2019).