

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, M. (2022). Representasi Nilai Kebudayaan Minangkabau Dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck. *Journal of Intercultural Communication and Society*, 1(1), 11–30.
- Alawiyah, T., & Liata, N. (2020). Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAl)*, 1(2), 161–181.
<https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.526>
- Ana Fitriana. (2016). Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak. *Journal of Applied Intelligent System*, 1(2), 90–102.
- Ananda Dwi Asri, & Nurhayati, N. (2024). Ideologi Konsumerisme pada Poster Iklan Minuman: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(1), 691–700.
<https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3296>
- Anwar, L. P. (2022). Analisis Semiotika Tentang Representasi Disfungsi Keluarga Dalam Film Boyhood. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 60–78. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/16>
- Asri, R. (2020). *Membaca Film Sebagai Sebuah Teks : Analisis Isi Film*. 1(2).
- Darma, S. (2022). Unsur Pembentuk Film pada Produksi Film Fiksi sebagai Media Pembelajaran pada SMK Broadcasting Bina Creative Medan. *CORAL Community Service Journal*, 1(1), 115–121.
- Dewi, A., Putri, W., & Indirastuti, Y. (n.d.). *Representasi Kebahagiaan pada Film The Minimalists : Less is Now dengan Analisis Semiotika John Fiske*. 7(April 2022), 127–146.
- Education, I. (2024). *Ini Dia 13 Teknik Lighting yang Dibutuhkan dalam Sinematografi!* <https://idseducation.com/13-teknik-lighting-dalam-sinematografi/>
- Faiza, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Budaya Konsumtif Di Era Digital: Strategi Kapitalisme Dalam Menciptakan Kebutuhan Semu. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 09(01), 13–27.

<https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>

- Hall, S. (1997). *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*. London : Sage Publications.
- Hilva Mawardi, D. (2018). Hubungan Antara Perilaku Implusif Dengan Kecenderungan Nomophobia Pada Remaja. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 15(1), 165–175.
- Humaira, H.-, & Fitriani, E. (2021). Penguatan Masyarakat Konsumen Abad Ke-21: Studi Kasus Konsumerisme Fast Fashion Di Inggris. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 11(2), 238. <https://doi.org/10.17510/paradigma.v11i2.506>
- Imtihani, N. N., Nur, M., & Maksum, R. (2024). *IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Fitur PayLater Sebagai Metode Pembayaran Dalam Transaksi Jual Beli Online*. 2, 557–569.
- Kartika Sandra, D., & Audia Fithrotunisa, C. (2023). Perilaku impulse buying terhadap layanan spaylater dan gratis ongkir sebagai strategi marketing shopee. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 188–198. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8680>
- Kartini, K., Fatra Deni, I., & Jamil, K. (2022). Representasi Pesan Moral Dalam Film Penyalin Cahaya. *SIWAYANG Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(3), 121–130. <https://doi.org/10.54443/siwayang.v1i3.388>
- Kurniawati, I. (2018). REPRESENTASI PERAN GENDER LAKI-LAKI DALAM IKLAN (Studi Semiotik Tentang Representasi Peran Gender Dalam Iklan Gillete Blue Simple 3 dan Gillete New Assisted Shaving Razor). *Doctoral Dissertation, UPN' Veteran' Jawa Timur*.
- Lesmana, T., & Rarung, C. M. (2020). Peran Kecerdasan Budaya Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Online Generasi Milenial Yang Merantau Di Jakarta. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71. <https://doi.org/10.33024/jpm.v2i2.3001>
- Marianty, R. (2018). Pengaruh Keterlibatan Fashion Emosi Positif Dan Kecenderungan Konsumsi Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Nasional, P. B. (2024). *PAYLATER DAN GENERASI DIGITAL: Fenomena Baru dalam Perilaku Konsumen Gen Z dan Milenial*.
https://perbanas.org/publikasi/artikel-perbanas/paylater-dan-generasi-digital-fenomena-baru-dalam-perilaku-konsumen-gen-z-dan-milenial?utm_source=chatgpt.com
- Novilia, K. (2019). *REPRESENTASI PENYANDANG DISABILITAS DALAM FILM (Analisis Semiotika Barthes dalam Film Serial Animasi “Nussa dan Rara”)*. 1–75.
- Perdana, R. A. (2022). Representasi Nasionalisme dan Implementasi Profil Pelajar Pancasila pada Film “Susi Susanti - Love All” dalam Perspektif Semiotika Roland Barthes. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 339–351. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.7079>
- Putri, A. A., Rahmasari, D. A., Ramadhani, F., & Wasisto, M. A. (2024). Kajian Budaya Konsumtif Masyarakat Indonesia Melalui Pendekatan Teori One Dimensional Man Herbert Marcuse. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 38(1), 20–34. <https://doi.org/10.52318/jisip.2024.v38.1.2>
- Rosida, I. (2020). Hasrat Komoditas di Ruang Urban Jakarta : Sebuah Kajian Budaya. *Buletin Al-Turas*, 20(1), 57–66.
<https://doi.org/10.15408/bat.v20i1.3746>
- Rosmiati, R. (2022). DARI VIDEO KE TOKO: BUDAYA KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP. *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Storey, J. (2021). Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction. In *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*.
<https://doi.org/10.4324/9781003011729>
- Wahyuningsih, S. (2019). Film dan Dakwah (Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik). In *Media Sahabat Cendikia* (Issue September).

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=UbKeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR49&dq=film+komunikasi+massa+&ots=Vv6-wMFBsl&sig=56cTZNxGUb0UYQtHIZILzgzh3x0&redir_esc=y#v=onepage&q=film komunikasi massa&f=false

- Wardani, E. D. K. (2022). *Analisis Semiotika Tentang Representasi Konsep Feminisme Liberal Dalam Serial Drama "Anne With an E: Seasons 3."* 3. http://eprints.ums.ac.id/107386/2/Revisi Sidang_Erlianda Dewi Kusuma Wardani_L100180179.pdf
- Wijaya, D. E. (2022). Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter "Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok." *Analisis Semiotika Kecanduan Merokok Di Film Dokumenter "Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok,"* 1(1), 1–15.
- Yusri, M. (2021). *PAY LATER DAN KAUM MILENIAL (Studi Perubahan Sosial Pola Konsumtif Kaum Milenial)*. <http://digilib.unila.ac.id/61276/%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/61276/3/3.SKRIPSI TANPA IQBAL.pdf>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Southeast Asia's digital decade*. Retrieved from <https://economysea.withgoogle.com/>