

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. S. (2020). *Makna Konsumerisme Pada Iklan "Anak Dikutuk Baik" (Analisis Semiotik pada iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)* [SKRIPSI].
- Adji, W. (2004). *Ekonomi SMA*. Erlangga.
- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0 Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Aliffah, R. E. (2022). *Belanja Di Kala Pandemi: Representasi Konsumerisme Di Iklan Digital (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Platform Shopee Bertajuk #Shopeedarirumah Di Media Sosial Youtube)* [SKRIPSI].
- Amallia, F., & Rustanta, A. (2020, April). Analisis Makna Iklan Indomie Versi "Selera yang Selalu Menemani". *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(2), 313-344.
- APJII. (2024). *Penetrasi Internet Indonesia 2024* [SURVEI].
- Ardia, V., Indriawan, & KN, J. (n.d.). Analisis Semiotika Iklan Gojek Versi "Cendikiawan". *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 1(2), 71-79.
- ASPIKOM. (2011). *Mix methodology dalam penelitian komunikasi: dilengkapi dengan aplikasi metode penelitian*. ASPIKOM.
- Aulia. (2022). *Hubungan Antara Self-esteem Dengan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Majelis Taklim Di Pekanbaru* [SKRIPSI]. Universitas Islam Riau.
- Barker, C. (2004). *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. Sage Pub.
- Barthes, R. (1988). *The Semiotic Challenge*. Hill and Wang.
- Baudrialld, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications.
- Campbell, C. (2005). The Craft Consumer: Culture, Craft and Consumption in a Postmodern Society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 23-42.
- Cao, P. (2022, Mei 31). Transaksi Tembus Rp 462 T, Konsumen Belanja 8x Lipat Lebih Banyak di GoTo. *Investasi Kontan*. <https://investasi.kontan.co.id/news/transaksi-tembus-rp-462-t-konsumen-belanja-8x-lipat-lebih-banyak-di-goto>
- Chen, Z. T., & Cheung, M. (2020). Consumption as extended carnival on Tmall in contemporary China: a social semiotic multimodal analysis of interactive banner ads. *Social Semiotics*, 32(2), 163-183. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1720992>
- Cobley, P., & Jansz, L. (1999). *Introducing Semiotics*. Totem Books.

- _____ (2010). *Introducing Semiotics*. Icon Books.
- Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory* (3rd ed.). Canadian Scholars' Press Inc.
- Davidson, H., & Novitasari, D. (2022, Juni). Budaya Konsumerisme Dalam Iklan Shopee Versi Cetar Membahana. *SEMIOTIKA*, 16(1), 14-23. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v16i1.3320>
- Fatima, M., & Moin, M. (2023). Women's Portrayal In Pakistani Print Advertisements: A Comparative Study Based On Semiotics. *Pakistan Journal of Gender Studies*, 23(1), 63-76. <https://doi.org/10.46568/pjgs.v23i01.663>
- Febrianti, F. (2021). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Nagita Slavina dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Ekonomika*, 10(2), 444-457.
- Hall, S. (2003). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Sage.
- Harari, Y. N. (2019). *Sapiens: Riwayat Singkat Umat Manusia* (9th ed.). Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik & dinamika sosial budaya: Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll*. Komunitas Bambu.
- Ihza, Y. (2013). *Bujuk rayu konsumerisme: menelaah persuasi iklan di era konsumsi*. Linea Pustaka.
- iklan. (n.d.). KBBI Daring. Retrieved August 29, 2023, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/iklan>
- INDEF. (2022). *Layanan Logistik Online yang Digunakan Responden (Agustus-September 2022)* [SURVEI].
- Khair, F. (2021). peran Publik Figur Dalam Optimalisasi Penghimpunan Zakat, Infaq Dan Sedekah Di Kabupaten Tolitoli. *JEKSYAH (Islamic Economics Journal)*, 1(1), 1-15.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behavior and Advertising Management*. New Age International Publishers.
- KIC, & Kredivo. (n.d.). *Laporan Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2022* [SURVEI].
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kristeva, J. (1980). *Desire Language : a Semiotic to Literature and Art*. Columbia University.

- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Indonesiatara.
- Kusumawati, N., Ichsan, M., & Lukman. (2022, Juli). Konsumerisme di Era Digital dalam Iklan Layanan Masyarakat “Perilaku Konsumtif”. *PROPAGANDA*, 2(2), 195-204. <https://www.doi.org/10.37010/prop.v2i2.708>
- Lamb, C. W., & Hair, J. F. (2006). *Marketing*. Thomson.
- Lechte, J. (2001). *50 Filsuf Kontemporer; dari Strukturalisme sampa Posmodernitas*. Kanisius.
- Littlejohn, S. W. (1996). *Theories of Human Communication* (5th ed.). Wadsworth Publishing Company.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (1988). *Perilaku Konsumen*. Eresco.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Indiana University Press, Bloomington, IN.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Pustaka Pelajar.
- Nurimba, Y. (2020). *Pesan Moral dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue)* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nurjayanti, N., & Arindawati, W. A. (2019, Juli). Representasi Makna Konsumerisme Dalam Iklan Ramayana Ramadhan #KerenLahirBatin di Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Politikom Indonesia*, 4(1), 186-201. <https://doi.org/10.35706/jpi.v4i1.2001>
- Pateda, M. (2001). *Semantik Leksikal*. Rineka Cipta.
- Pujiyanto. (2013). *Dialektika Estetik Desain Periklanan*. Surya Pena Gemilang.
- Purwanto, D. (2018). Pengaruh Gender, Promosi Penjualan dan Sifat Materialisme terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 449-457.
- Santoso, R. (2019, Juli 24). *Beberapa Macam Teknik Pengambilan Gambar*. kee indonesia. Retrieved April 15, 2024, from <https://www.keeindonesia.com/id/blogs/keelesson/beberapa-macam-teknik-pengambilan-gambar>

- Sari, I. M., & Rahayu, P. B. (2022, Oktober). Makna dan Pesan yang Terkandung dalam Iklan Video Sirup Marjan pada Ramadhan 1442 H (Sebuah Kajian Semiotika). *Journal of Communication Sciences*, 5(1), 54-71.
- Saussure, F. d. (1959). *Course in General Linguistics*. Philosophical Library, Inc.
- Saussure, F. d. (1996). *Pengantar Linguistik Umum*. Gadjah Mada University Press.
- Sciffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT Indeks.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Soedjatmiko, H. (2007). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Jalasutra.
- Sudjiman, P., & Zoest, A. V. (1996). *Serba-serbi Semiotika*. Gramedia.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Unnikrishnan, N., & Bajpai, S. (1996). *The Impact of Television Advertising on Children*. Sage Publication India Pvt Ltd.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021, April). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh dan Misbach Yusa Biran. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30-43.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Wicaksono, A. R., & Fitriyani, A. H. D. (2021, Desember). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Acintya*, 13(2), 155-164.
- Widodo, H. (1993, September 17). Iklan dan Masalah Kode Etik. *Suara Pembaruan*.
- Widyatmoko. (2011). *Dramaturgi Kalangan Public Figure*. Universitas Kejuruan Malang.
- Wright, J. S. (1977). *Advertising*. McGraw-Hill, Inc.
- Zahrawati, F., & Faraz, N. J. (2017). Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 4(2), 131-141.