

DAFTAR PUSTAKA

(<https://bungkul.com/close-up-foto-video-dan-film/>)

Aprilia, D., A. (2005). Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan

Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene), *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 41-68.

Christiani, L.C. (2017). Representasi Identitas Etnis Papua dalam Serial Drama Remaja

Diam-Diam Suka. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media, 1,(1), 15-30.

Darmastuti, R. (2013). *Mindfulness dalam Komunikasi Antarbudaya*. Buku Litera.

Dianto, I. (2019). Hambatan Komunikasi Antar Budaya (Menarik Diri, Prasangka Sosial, dan Etnosentrisme), *Jurnal Hikmah*, 13(2), 185-204.

Dimofte, Claudiu, V., Mark R. F., and Rohit, D. (2004), Ad schema incongruity as elicitor of ethnic self-awareness and differential advertising response, *Journal of Advertising*, 32(4), 7-17.

Flick, U. (2009). *An Introduction to Qualitative Research Fourth Edition*. Sage.

Griffin, E, Ledbetter, A & Sparks, G. (2018). *A First Look at Communication Theory: Tenth Edition*. Mc-Graw Hill Education.

Grossberg, L., Wartella, E., & Whitney, D. C. (2006). *MediaMaking: Mass media in a popular culture*. Thousand Oaks.

Heryadi, H. & Silvana, H. (2013). Komunikasi Antarbudaya dalam Masyarakat Multikultur (Studi Tentang Adaptasi Masyarakat Migran Sunda di Desa Imigrasi Permu Kecamatan Kepahiang Provinsi Bengkulu), *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(1), 95-108.

Hofstede, G. (2010). *Culture and organization: software of the mind*. McGraw Hill.

Husna, A. F. (2015). Analisis Desain Website Terhadap Budaya Pendekatan Teori Hofstede. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education*, 1(1).

Idi, A. (2019). *Politik Etnisitas Hindia Belanda: Dilema dalam Pengelolaan Keberagaman etnis di Indonesia*. Prenada Media Group.

Islam, N. (2012). Representasi Etnisitas dalam Bingkai *Bhinneka Tunggal Ika* di Media

(Studi Etnis Papua dalam Bingkai *Bhinneka Tunggal Ika* Pada Program TransTV

“Keluarga Minus”). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(12), 235-257.

Ispriadi, B. D. S., Putri, D. A., & Dewani, P. K. (2020). Eksistensi Media Cetak Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(2).

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Erlangga.

Kotler, P & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Erlangga.

Kotler, P & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson.

Kotler, P. & Keller, K., L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

La Ferle, C. & Lee, W. N. (2012). *How advertising works within a cultural context: Theories and*

frameworks informing the process. Routledge.

Lee, C. K. C.i, Nalini, F. & Breet, A.S. M. (2002), Using Self Referencing to Explain the Effectiveness of Etnich Minority Models in Advertising, *International Journal of Advertising*, 21(3), 367-379.

Liliweri, A. (2001). *Gatra Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar.

Liputan6.com. (18 Mei, 2010). Hina Etnis Papua, Mahasiswa Tuntut ITB Bertindak.

Liputan6.om.

<https://www.liputan6.com/news/read/277551/hina-etnis-papua-mahasiswa-tuntut-itb-bertindak>.

Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of Human Communication*. Wadsworth.

Mahmudah, R. (13 September 2013). Kuku Bima Energi: Membangun Merek Tanpa Menjelekkan Produk Lain. *SWA Online*.
<https://swa.co.id/swa/headline/kuku-bima-energi-membangun-merek-tanpa-menjelekkan-produk-lain?page=6>

Marta, R. F. & Rieuwpassa, J. S. (2018). Identifikasi Nilai Kemajemukan Indonesia Sebagai Identitas Bangsa dalam Iklan Mixagrip Versi Keragaman Budaya. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 37-50.

Mudjiyanto, B. & Nur, E. (2013). Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika, dan Media Massa*, 16(1).

Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.

Nordhlot, H. S. & Klinken, G. v. (2007). *Politik Lokal di Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia.

Parwito. (6 Februari 2016). Cerita Akulturasi warga etnis china di Semarang. *Merdeka.com*.

<https://www.merdeka.com/peristiwa/cerita-akulturasi-warga-etnis-china-di-semarang.html>

- Piliang, Y. A. (1998). *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Millenium Ketiga dan matinya Posmodernisme*. Mizan.
- Putra, I. (2017). Agama dan Etnisitas dalam Pemilihan Kepala Daerah di Provinsi Bengkulu 2015. *Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam*, 2(2).
- Rossiter, J. R. & Percy L. (1987). *Advertising & Promotion Management*. McGraw Hill.
- Siregar, T. C., Daryanto, H. K., & Djohar, S. (2017). Formulasi Strategi Bersaing PT. Imago Kreasi Komunika di Industri Jasa Periklanan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 1(2).
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suciana, V. Mito Vs Fakta Mengenai Papua. *Phinemo.com*.
<https://phinemo.com/mitos-vs-fakta-mengenai-papua/>
- Sulaiman, A., M. (2015). Strategi Visual Iklan Televisi Kuku Bima Energi Produksi PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Seni Budaya*, 13(1), 80-89.
- Suryani, W. (2013). Komunikasi Antar Budaya yang Efektif, *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 91-100.
- Tubbs, S. L. & Moss, S. (1996). *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, I. S. W. (2022). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Wooten, D. B. (1995), One-of-a-Kind in a Full House: Some Consequences of Ethnic and Gender Distinctiveness, *Journal of Consumer Psychology*, 4(3), 205-224.