

DAFTAR PUSTAKA

- Abeele, M. V., Wolf, R. D., & Ling, R. (2018). Mobile Media and Social Space: How Anytime, Anyplace Connectivity Structures Everyday Life. *Media and Communication*, 6(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v6i2.1399>
- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik : Suatu Pengantar. *MediaTor*, 9(2).
- Akindele, D. F. (2007). Lumela/Lumela: A socio-pragmatic analysis of Sesotho greetings. *Nordic Journal of African Studie*, 16(1).
- Arif, A. M. (2020). PERSPEKTIF TEORI SOSIAL EMILE DURKHEIM DALAM SOSIOLOGI PENDIDIKAN. *Moderasi Studi Ilmu Pengetahuan Sosia*, 1, 1-14. <http://moderasi.org/index.php/moderasi/article/view/28>
- Badriyah, L. (2020). Empati dalam Tradisi Membakar “Tunam” dan “Melemang” saat Malam Nujuh Likur pada Masyarakat Kabupaten Kaur. *Tsaqofah & Tarikh: Jurnal Kebudayaan dan Sejarah Islam*, 5(1), 51-70.
- Barr, J. J., & Higgins, A. (2009). How Adolescent Empathy and Prosocial Behavior Change In The Context Of School Culture A Two-Year Longitudinal Study. *Adolescence*, 44(176), 751-772.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat konsumsi*. Kreasi Wacana.
- Ben-Amos, I. K. (2000). Gifts and Favors. *The Journal of Modern History*, 72(2), 295-338.
- Berking, H. (1999). *Sociology of Giving*. London: SAGE.
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salem Humanize.
- Bolle, F. (2001). Why to buy your darling flowers; on cooperation and exploitation. *Theory Decis*, 50(1).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan smartphone dalam menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa fispol unsrat manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Dawis, A. (2013). *Orang Indonesia Tionghoa Mencari Identitas*. Gramedia Pustaka.
- Dewi, Y. R. K. (2013). Asimilasi Versus Integrasi: Reaksi Kebijakan Ganti Nama WNI Warga Negara Indonesia Tionghoa 1959-1968. *AVATARA, Jurnal Pendidikan Sejarah*, 35-42.



- Evi, M., & Sudarti, K. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Fakhruroji, M. (2019). Texting culture dan perilaku empati di era media baru: Memahami ekspresi belasungkawa di Whatsapp. *Jurnal Sosioteknologi*, 18(2), 255-277.
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Firdhausi, A. (2023). TWITTER HARI INI (DALAM PERSPEKTIF MEDIA ECOLOGY MARSHAL MCLUHAN THEORY). 10.13140/RG.2.2.1911.32161
- Fitriani, R. (2021). SIMULACRUM MEDIA DI ERA POSTMODERN (Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches'). *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2). 10.53363/bureau.v1i2.29
- Fowler, B. (2007). *The obituary as collective memory*. Routledge.
- Giddens, A. (1995). *The Growth of the New Middle Classes. Dalam A. Vidich (Peny.) The New Middle Class: Life-Styles, Status Claims and Political Orientations*. MacMillan.
- Grant, A. E., & Wilkison, J. (2009). *Understanding Media Convergence: The State of the Field*. New York: Oxford University Press.
- Griswold, W. (2012). *Cultures and Societies in A Changing World*. Sage.
- Hadiyat, Y. D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi). *Pekomnas*, 17(2).
- Hagianto, A. D. (1999). White Space dalam iklan di media cetak. *Nirmana*, 1(2).
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Hoffman, M. L. (2001). *Empathy and moral development: Implications for caring and justice*.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ose5vtvDoBoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=empathy+and+moral+development&ots=SC0TZ10h71&sig=2nGv6qUGw0qHPtC1TOsJwDRGGAo>
- Homick, A. V. (2007). *An Exploration of Gift Giving*. United States (US): University of North Carolina.
- Huang, L. C., & Lin, Y. C. (2015). Who Decides to Give a Gift of Fresh Flowers? The Effects of Givers and Receivers on the Likelihood of Buying Fresh Flowers for Gifts. *HORTSCIENCE*, 50(7).
- Huang, M. H., & Yu, S. (2000). Gifts in a romantic relationship: A survival analysis J. *Consum. Psychol.*



- Iwan, A. (2005). *Media, Kematian, dan Identitas Budaya Minoritas*.
- Jalal, B. (2022). The Speech Act of Congratulation on Social Media.
- Jamaludin, A. N. (2015). *Sosiologi perkotaan: memahami masyarakat kota dan problematikanya*. CV PUSTAKA SETIA.
- Joy, A. (2001). Gift giving in Hong Kong and the continuum of social ties. *J. Consum. Res.*, 28(2), 239.
- Kasih, P. C. (2023). Mampukah Budaya Organisasi Pemerintah Menyatukan Gen X, Gen Y dan Gen Z? *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(2), 50-68.
- Khazali, R. (1992). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.
- Klamer, A. (2003). *Gift Economy*, in R. Towse *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham. UK: Edward Elgar Publishing.
- Kurniawan, K. N. (2020). *Kisah Sosiologi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lestari, P., Ramadhaniyanto, B., & Wardyaningrum, D. (2018). Pemberitaan di media online untuk pengurangan resiko bencana Gunung Sinabung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 106-120.
- Liao, S., & Huang, Y. (2006). The Effects of Individual and Joint Gift Giving on Receipt Emotions. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 10(1), 160-166.
- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge*. Routledge.
- Martínez, N. D. C. (2012). A constructional approach to condolences. *Journal of English Studies*, 10, 7-24.
- Mcdonald, N. M., & Messinger, D. S. (2011). The development of empathy: How, when, and why. *Moral behavior and free will: A neurobiological and philosophical approach*, 333-359.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hil.
- Meisyaroh, S. (2013). DETERMINISME TEKNOLOGI MASYARAKAT DALAM MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 1(1).
- Mendoza, R. d., & García., F. G. (2011). Illocutionary meaning revisited: Subjective-transitive constructions in the Lexical-Constructional Model. *Turning Points in the Philosophy of Language and Linguistics*. Ed.P. Stalmaszczyk. Frankfurt/Main: Peter Lang., 65-77.



- Mesra. (2012). BUNGA PAPAN SEBAGAI SENI TEMPORER, TINAJUAN ESTETIKA DAN MAKNA SIMBOLIS.
- Moghaddam, M. M. (2012). Discourse Structures of Condolence Speech Act. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 10.
- Morrison. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. PT. Ghalia Indonesia.
- Mursela, Kamila, Y., & Nurjihad, R. (2023). Nilai Kearifan Lokal Budaya Kenduri di Pulau Bengkalis ditinjau dari Aspek Agamis dan Sosiologis. *JIPKIS : Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Keislaman*, 3(1), 66-71.
- Muttaqien, A. F., Hibatullah, F., & Wulandari, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri: Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 370-375.
- Ningrum, V., Putri, I. A. P., & Ekaputri, A. D. (2014). POLA PENGELUARAN DAN GAYA HIDUP PENDUDUK MUDA KELAS MENENGAH: STUDI EMPIRIS PERKOTAAN DI JABODETABEK. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 9(2), 95-106.
- Nugroho, A. C. (2021). Teori Utama Sosiologi Komunikasi (Fungsionalisme Struktural, Teori Konflik, Interaksi Simbolik). *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(2), 185-194.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4525>
- Nugroho, A. S. (2013). Desain sebagai ‘dagangan’ simbolik. *Deiksis*, 5(1), 41-57.
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, jurnal.kominfo.go.id, 2(1), 51-64.
- Nurlianingsih, D., & Imperiani, E. D. A. (2020). An analysis of condolences speech act by Indonesian adolescents. *Twelfth Conference on Applied Linguistics (CONAPLIN 2019)*, 430.
- Otnes, C., & Beltramini, R. F. (Eds.). (1996). *Gift Giving: A Research Anthology*. Bowling Green State University Popular Press.
- Otnes, C., & Scott, L. M. (1996). Something Old, Something New: Exploring the Interaction Between Ritual and Advertising. *Journal of Advertising*, 25(1), 33-50.
- Patton, M. Q. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Permana, A. (2012). Gejala Alienasi dalam Masyarakat Konsumeristik. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(2).
- Permana, R. S. M., & Abdullah, A. (2020). Surat Kabar dan Perkembangan Teknologi: Sebuah Tinjauan Komunikatif. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 10(1).



- Permatasari, V. A. A. (2020). INTEGRASI NEWSROOM MEDIA CETAK JAWA TENGAH (STUDI PADA HARIAN SUARA MERDEKA DAN JAWA POS RADAR SEMARANG MENUJU KONVERGENSI JURNALISTIK). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 55-66.
- Putra, S. M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasangan Iklan pada PT Suara Khatulistiwa Kalimantan Barat. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among makarti*, 9(2).
- Radovanovic, D., & Ragnedda, M. (2012). Small talk in the digital age: Making sense of phatic posts.
- Rahayu, S. P. (2012). BENTUK DAN FUNGSI TUTURAN EKSPRESIF DALAM BAHASA PRANCIS. *LITERA*, 11(1).
- Rahman, F., & Hidayat, R. (2018). Kearifan Lokal dan Benturan Budaya Orang Indonesia di Negara Luar dalam Novel Edensor Karya Andrea Hirata. *BAHA STRA*, 38(1).
- Ramadhani, A. (2016). Trend Gaya Hidup Konsumtif Pada Remaja Dalam Prespektif Jean Baudrillard.
- Rihn, A. L., Yue, C., Behe, B., & Hall, C. (2011). Generations X and Y Attitudes toward Fresh Flowers as Gifts: Implications for the Floral Industry. *HORTSCIENCE*, 46(5), 736-743.
- Saifudin, A. (2019). Teori tindak tutur dalam studi linguistik pragmatik. *Lite: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 15(1), 1-16.
- Santoso, H. (2015). *Upaya meningkatkan minat dan budaya membaca buku melalui iklan layanan masyarakat*. Universitas Negeri Malang.
- Saputra, A. (2019). SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG MENGGUNAKAN TEORI USES AND GRATIFICATIONS. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Satriawan, A., Sarmilah, & Windusari, S. (2022). Subkultur dalam Konsep Diri. *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1(1).
- Saumantri, T. (2022). Konsumerisme Masyarakat Kontemporer Dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 28(2).
- Schnell, G. A. (1991). OBITUARIES AND SOCIAL SCIENCE RESEARCH. *Journal of the Pennsylvania Academy of Science*, 65(2), 89-95.
- Serpa, S., & Ferreira, C. M. (2019). The Concept of Bureaucracy by Max Weber. *International Journal of Social Science Studies*, 7(2), 12-18. <https://doi.org/10.11114/ijsss.v7i2.3979>



- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2009). *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (5th ed.). Kencana.
- Sherry, Jr., J. F. (1983). Gift giving in anthropological perspective. *Journal of consumer research*, 10(2), 157-168.
- Silva, T. H., De Melo, P. O. V., Almeida, J. M., & Loureiro, A. A. (2013). A picture of Instagram is worth more than a thousand words: Workload characterization and application. In 2013 IEEE International Conference on Distributed Computing in Sensor Systems. *IEEE*. 10.1109/DCOSS.2013.59
- Skågeby, J. (2010). Gift-giving as a conceptual framework: framing social behavior in online networks. *Journal of Information Technology*, 25, 170-177.
- Suarez, L., Hugo, & Paris, C. (2020). Understanding Japanese Consumer Behaviour and Cultural Relevance of Gift Giving. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4).
- Subakti, B. (2007). *Sejarah Periklanan Indonesia 1744-1984*. Yogyakarta: Galang Press.
- Subakti, dkk., B. (2007). *Reka Reklame: Sejarah Periklanan Indonesia 1744-1984*. Yogyakarta: Galang Press.
- Sudibyo, A. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. LKIS Pelangi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukendro, G. G., Pandrianto, N., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2022). *Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunanda, A., Wahyudi, A. B., Pratiwi, D. R., Prabawa, A. H., & Sabardila, A. (2018). Unsur Pengisi Struktur Wacana Obituari dalam Surat Kabar Harian Kompas. *Seminar Nasional Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya (SEMNAS KBSP) V*.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tambunan, D. A., & Hamid, S. (2024). SUBKULTUR KOMUNITAS VESPA GEMBEL: STRATEGI PEMOLISIAN DALAM MENGATASI STIGMA DAN MARGINALISASI SOSIAL. *Kultura*, 2(4), 282–296.
- Tandem, T. (n.d.). Politik Pergerakan Kiri yang Dipimpin Kelas Menengah di Filipina 1. *Jurnal IndoProgress*.
- Umanailo, M. C. B. (2023). Rasional dan Irasional Dalam Tindakan Sosial Max Weber. *Sosiologis: Kajian Sosiologi Klasik, Modern dan Kontemporer*, 1(5), i-iv.



- Usop, T. B. (2019). Kajian Literatur Metodologi Penelitian Fenomenologi dan Etnografi. *urnal Researchgate Net*.
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Intagram, and WhatsApp. *New Media and Society*, 20(5).
- Wewengkang, D. B., & Moordiningsih. (2016). Studi Fenomenologi Konteks Budaya Jawa dan Pengaruh Islam: Situasi Psikologis Keluarga dalam Membangun Empati pada Remaja. *ndigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(1), 1-11.
- Woodward, M. R. (1988). The " Slametan": Textual Knowledge and Ritual Performance in Central Javanese Islam. *History of Religions*, 1(28).
- Xiao, A. (2018). Konsep interaksi sosial dalam komunikasi, teknologi, masyarakat. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2), 94-99.