

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2007. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alunaza, Hardi dan Moh. Sarifudin. 2017. *Globalisasi sebagai Katalis Kosmopolitanisme dan Multikulturalisme: Studi Kasus Resistance Cina Terhadap Kosmopolitanisme*. Intermestic: Journal of International Studies e-ISSN.2503-443X. Vol. 1, No. 2, Mei 2017.
- Apriani, Sarinah. 2015. *Persepsi Mahasiswi Tentang Iklan Kosmetik Wardah Exclusive Series Versi Dewi Sandra di Televisi (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Mulawarman)*. Jurnal Ilmu Komunikasi: 3 (1) 2015: 309-324 ISSN 0000-0000. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/jurnal%20sarinah%20\(02-26-15-01-49-51\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/jurnal%20sarinah%20(02-26-15-01-49-51).pdf) (diakses pada 2 Oktober 2017).
- Astuti, Tri Marhaeni Puji. 2011. *Konstruksi Gender dalam Realitas Sosial*. Semarang: Unnes Press.
- Bandel, Katrin. 2016. *Kajian Gender dalam Konteks Pascakolonial*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barker, Chris. 2013. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Baswir, Revrison. 2009. *Bahaya Neoliberalisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, Jean. 2015. *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Berger, Arthur Asa. 2010. *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer* (edisi baru). Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Brooks, Ann. 1997. *Postfeminisme & Cultural Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, Marcel. 2012. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Davis, Howard dan Paul Walton. 2010. *Bahasa, Citra, Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Debord, Guy. 1967. *The Society of The Spectacle*. New York: Zoon Books.
- Endah, Nur Hadiati. 2014. *Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 22, No. 1, 2014. <https://media.neliti.com/media/publications/77623-ID-perilaku-pembelian-kosmetik-berlabel-hal.pdf> (diakses pada 29 Juli 2018)
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT. LKiS Printing Cemerlang.
- Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- \_\_\_\_\_. 1989. *Language and Power*. New York: Longman Group.

Featherstone, Mike. 2008. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fiske, John. 2002. *Introduction to Communication Studies*. New York: Taylor and Francis e-Library.

Furseth, Inger dan Pal Repstad. 2006. *An Introduction ro The Sociology of Religion*. Norway: Ashgate Book.

Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.

\_\_\_\_\_. 2001. *Dunia yang Lepas Kendali: Bagaimana Globalisasi Membentuk Kehidupan Kita*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Goffman, Erving. 1987. *Gender Advertisements*. New York: Harper Torchbooks.

Gripsrud, Jostein. 2002. *Understanding Media Culture*. London: Arnold.

Hall, Stuart. 2003. *Representation*. London, California, New Delhi: SAGE Publications Ltd.

\_\_\_\_\_. 1997. *The Work of Representation*.  
[https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/66880\\_The\\_Work\\_of\\_Representation.pdf](https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/66880_The_Work_of_Representation.pdf)

Hellwig, Tineke. 2007. *Citra Perempuan di Hindia Belanda*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kitley, Philip. 2000. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. USA: Uho University Center for International Studies.

Kusasi, Rahayu. 2010. *GLOBUCKSISASI: Maracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi*. Depok: Penerbit Buku Kepik Ungu.

Nixon, Sean. 2003. *Advertising Cultures: Gender, Commerce, Creativity*. Great Britain: Athenaeum Press.

Mellor, Philip A dan Chris Shilling. 1993. *Modernity, Self-Identity, and the Sequestation of Death*. Journal Sociology 1993 27: 411, Vol. 27 No. 3. <http://soc.sagepub.com/content/27/3/411> (diakses pada 5 Mei 2018).

Monica, Laura Chistina Luzar. 2011. *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan*. Jurnal Humaniora Vol.2 No. 2 Oktober 2011: 1084-1096. [http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/Humaniora/Vol.%202%20No.%202%20Oktober%202011/17\\_DKV%20-%20Monica%20-%20Laura%20Christina.pdf](http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/Humaniora/Vol.%202%20No.%202%20Oktober%202011/17_DKV%20-%20Monica%20-%20Laura%20Christina.pdf) (diakses pada 3 Maret 2018).

Noviani, Ratna. 2009. *Identity Politics in Indonesian Advertising: Gender, Ethnicity/ Race, Class, and Nationality in TV Advertisements during The New Order and The Post-New Order Era*. Desertasi: Gedruckt mit der Genehmigung der Fakultät für Philologie der Ruhr-Universität Bochum. <http://www->

[brs.ub.ruhr-uni-bochum.de/netathtml/HSS/Diss/NovianiRatna/diss.pdf](http://brs.ub.ruhr-uni-bochum.de/netathtml/HSS/Diss/NovianiRatna/diss.pdf)

(diakses pada 27 April 2018).

Nugroho, Riant. 2008. *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Paterson, Mark. 2018. *Consumption and Everyday Life (second edition)*. New York: Routledge.

Prabasmoro, Aquarini Priyana. 2003. *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Feminitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra.

Purwandi. 2017. *Indonesia Middle Class Moslem: Religiosity and Consumerism*. Jakarta: ALVARA Research Center.  
[https://www.researchgate.net/publication/314724834\\_Indonesia\\_Middle\\_Class\\_Moslem\\_Religiosity\\_and\\_Consumerism](https://www.researchgate.net/publication/314724834_Indonesia_Middle_Class_Moslem_Religiosity_and_Consumerism) (di akses pada 10 Oktober 2017).

Raditya, Ardhie. 2014. *Sosiologi Tubuh*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.

Rahardjo, dkk. 2016. *Mitos Kecantikan Wanita Indonesia dalam Iklan Televisi Produk Citra Era Tahun 1980an, 1990an, dan 2010an*. Surabaya: Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.  
<https://www.neliti.com/id/publications/82438/mitos-kecantikan-wanita-indonesia-dalam-iklan-televisi-produk-citra-era-tahun-19> (diakses 2 Oktober 2017).

Ridho. 2009. *Berhala Itu Bernama Budaya Pop*. Yogyakarta: Leutika.

Ritzer, George. 2010. *Teori Sosial Postmodern*. Bantul: Kreasi Wacana.

Robbie, Angela Mc. 2014. *Postmodernisme dan Budaya Pop*. Bantul: Kreasi Wacana.

Robinson, Kathryn. 2009. *Gender, Islam, and Democracy in Indonesia*. New York: Routledge.

Rosita, Syarifa. 2008. *Gendut Itu Cantik*. Yogyakarta: Ayyana.

Soejadmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra.

Storey, John. 2009. *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction (fifth edition)*. Sunderland: Pearson Longman.

Sujarwa. 2010. *Mitos di Balik Kisah-Kisah Sinetron dalam Perspektif: Hegemoni dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sukarno, Ir. 2013. *Wanita Bergerak*. Bantul: Kreasi Wacana.

Situmeang, Ilona Oisina. 2015. *Representasi Wanita pada Iklan Televisi Wardah Cosmetic (Analisis Semiotika Roland Barthes Wardah Inspiring Beauty Versi True Colours)*. Jurnal Semiotika: Vol. 9. No. 1, Juni 2015. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/11> (diakses pada 2 Oktober 2017).

Strinati, Dominic. 2005. *An Introduction to Theories of Popular Culture (second edition)*. New York: Taylor and Francis e-Library.

Supriyadi, Yadi. 2013. *Periklanan, Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Suryakusuma, Julia. 2011. *IBUISME NEGARA: Konstruksi Sosial Keperempuanan Orde Baru*. Jakarta: Komunitas Bambu.

- Wieringa, Saskia E. 2010. *Penghancuran Gerakan Perempuan, Politik Seksual di Indonesia Pascakejatuhan PKI*. Yogyakarta: CalangPress.
- Wijaya, Noviany dan Diah Dharmayanti. 2014. *Analisa Efektivitas Iklan Kosmetik Wardah dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra: Vol 2. No 1 (2014).  
<https://media.neliti.com/media/publications/131876-ID-analisa-efektivitas-iklan-kosmetik-warda.pdf> (diakses pada 2 Oktober 2017).
- Williamson, Judith. 2007. *Decoding Advertisements: Membelah Ideologi dan Makna dalam Periklanan*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Wirotitjan. 2014. *Konstruksi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik Wardah*. Jurnal E-Komunikasi: Vol 2. No. 2. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1787> (diakses pada 2 Oktober 2017).
- Wulansari, Desi dan Setiyo Budiadi. 2014. *Pengaruh Persepsi Iklan di Televisi Produk Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi Ukki Angkatan 2011-2014 Universitas Negeri Surabaya Di Ketintang)*. Skripsi: Jurusan Pendidikan Ekonomi, FE, Unesa. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/13171> (diakses pada 2 Oktober 2017).