

## Daftar Pustaka

### A. Buku

- Abrar, Ana Nadhya dan Suryanadaru, Yayan Sakti (2004). *Citra Perempuan dalam Iklan Stimulan Seksual*. Yogyakarta: PSKK UGM.
- Arikanto, Suharsimi (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armando, Ade (2011). *Televisi Jakarta Di Atas Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Ashcroft, Bill. Griffiths, Gareth. Tiffin, Helen (1995). *The Postcolonial Studies Reader*. London and New York: Routledge.
- Baker, Chris (2008). *Cultural Studies: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bhabha, Homi (1994). *The Location of Culture*. New York: Routledge.
- Branston dan Stafford (1996). *The Media Student's Book*. London, New York: Routledge.
- Bungin, Burhan (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Eriyanto (2006). *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fiske, John (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi ketiga. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hall, Stuart (2011). *Budaya Media Bahasa*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hamidi (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Jensen, Klaus (2002). *A Handbook of Media and Communication Research*. New York : Routledge.
- \_\_\_\_\_, Klaus and Jankowski, Nicholas (1991). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York : Routledge.
- Kasali, Rhenald (1993). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Kriyantono, Rachmat (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Martono, Nanang (2012). *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modern, Posmodern dan Poskolonial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- McQuail, Dennis (1997). *Audience Analysis*. California: SAGE Publications.
- \_\_\_\_\_, Dennis (2011). *Teori Komunikasi Massa. Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moriarty, Sandra, dkk(2009). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Rosramadhana. (2016). *Ketertindasan Perempuan Dalam Tradisi Kawin Anom: Subaltern Perempuan pada Suku Banjar Dalam Perspektif Poskolonial*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nawawi, Hadari dan Martini (2006). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: GadjahMada University Press.
- Ott, Brian. Mack, Robert. (2010). *Critical Media Studies An Introduction*. United Kingdom: Wiley Blackwell.
- Razif, Bambang (2005). *Reka Relame (Sejarah Periklanan Indonesia 1744-1984)*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Said, Edward (1979). *Orientalism*. New York: Pantheon Books.
- Stokes, Jane (2003). *How To Do Media and Cultural Studies Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta : Bentang.
- Storey, John. 2008. *Cultural Studies dan Kajian Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Suciati (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Surakhmad, Winarno (1989). *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Penerbit Tarsito.

Winarmo, Bondan (2008). *Rumah Iklan*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas.

## **B. Jurnal**

Ebren, FigendanCelik, Yesim (2011). *Television Advertisements: A Reception Study*. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry, dalam <https://www.google.co.id/search?q=television+advertisement+a+reception+study&oq=television+advertisement+a+reception+study&aqs=chrome..69i57.14817j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.

Heryanto, J ( 2003) *Peranan Multinational Corporations Dalam Industrialisasi Di Indonesia Pada Era Orde Baru*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 5 (1), 17 – 24.

Praveen, Ambesange (2016). *Postcolonialism: Edward Said & Gayatri Spivak*. Research Journal of Recent Sciences Vol. 5(8), 47-50.

Raftopoulou, Christian (2007). *Audience Reception of Health-Promoting Advertising (Young adult smokers make sense, interpret and decode shocking anti smoking advertisements)*. MEDIAELSE Electronic MSc Dissertation Series, dalam [:http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/msc-dissertations/2007/Raftopoulou-final.pdf](http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/msc-dissertations/2007/Raftopoulou-final.pdf).

Rochdian, Rizky (2012). *Indonesia, Nasionalisme dan Iklan (Analisis resepsi terhadap tiga iklan televisi dengan temake-Indonesian)*. Dalam [:https://www.google.co.id/search?q=indonesia+nasionalisme+dan+iklan&oq=indonesia+nasionalisme+dan+iklan&aqs=chrome..69i57.50597j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.co.id/search?q=indonesia+nasionalisme+dan+iklan&oq=indonesia+nasionalisme+dan+iklan&aqs=chrome..69i57.50597j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8).

### C. Media online

Mahardy, Denny (2013). *Bangun Merek di Indonesia, Oppo Siapkan Dana Iklan Rp 38 Miliar*. Liputan6.com. diakses pada tanggal 29 September 2019.

<<https://www.liputan6.com/teknoread/564820/bangun-merek-di-indonesia-oppo-siapkan-dana-iklan-rp-38-miliar>>

Nistanto, Reska (2016). *Salip Xiaomi, Oppo Duduki Peringkat Ke-4 Dunia*. Kompas.com. Diakses 27 September 2018.

<<https://teknokompas.com/read/2016/05/22/15010017/salip.xiaomi.oppo.duduki.peringkat.ke-4.dunia>>

n. p. (2017). *Chelsea Islan dipilih sebagai pesona Oppo F*. Tribun Techno. Diakses pada tanggal 3 Maret 2018.

<<http://www.tribunnews.com/techno/2017/10/18/chelsea-islantidipilihmenjadi-persona-oppo-f5>>

n.p. (2017). *Masa Depan Suram Perusahaan Media Advertising Indonesia*. Advertising Indonesia. Diakses pada tanggal 6 November 2018.

<<http://advertising-indonesia.id/2017/11/10/masa-depan-suram-perusahaan-media-advertising-indonesia/>>

n.p. (2017). *Belanja Iklan Januari Hingga September 2018 Tumbuh 5 %*. Nielsen. Diakses pada tanggal [6 Oktober 2018](#).

<<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/belanja-iklan-januari-september-2018-tumbuh-5-persen.print.html>>

n.p. (2017). *Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia*. Nielsen. Diakses pada tanggal 20 Maret 2018.

<<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>>

- n. p. (2018). *Pertumbuhan Belanja Iklan 2017 Bergerak Positif Namun Melambat*. Nielsen. Diakses pada tanggal 21 Maret 2018.  
<<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/Pertumbuhan-Belanja-Iklan-2017-Bergerak-Positif-Namun-Melambat.html>>
- n.p. (n.d). *Tentang Brand Oppo*. Oppo.com. diakses pada tanggal 27 September 2018.  
<<https://www.oppo.com/id/about-us/>>
- Pramisti, Nurul (2016). Branding Mahal si Pencuri Pasar. Tirto.Id. Diakses pada tanggal 29 September 2018.  
<<https://tirto.id/branding-mahal-si-pencuri-pasar-bzEa>>
- Pratomo, Gito (2014). *Oppo Targetkan Penjualan 50 Juta Ponsel Tahun Depan*. CNN Indonesia. Diakses pada tanggal 25 September 2018.  
<<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20141230122235-185-21300/oppo-targetkan-penjualan-50-juta-ponsel-tahun-depan>>