

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Assuari, S. (1987). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Daymon, Christine, dan Holloway, Immy. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communication (Ed)*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Devereux, Eoin. (2007). *Understanding The Media*. London: SAGE.
- Dwivedi, Yogesh K, dkk. (2016). *Social Media: The Good, The Bad, and The Ugly*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Evans, Phil, dan Smith, David (Ed). (2004). *Das Kapital untuk Pemula*. Yogyakarta: Resist Book.
- Fairclough, Norman. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Flew, Terry. (2005). *New Media: An Introduction*. Victoria: Oxford University Press.
- Fromm, E. 1998. *To Have or To Be*. New York: The Chaucer Press, Ltd.
- Gould, Meredith. (2015). *The Social Media Gospel: Sharing the Good News in New Ways*. Minnesota: Liturgical Press.
- Halim, Syaiful. (2013). *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Herujito, Yayat M. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Hidayat, Dedy N., Gazali, Effendi, Suwardi, Harsono, dan SK, Ishadi. (2000), *Pers dalam "Revolusi Mei", Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irwan. (2015). *Dinamika dan Perubahan Sosial pada Komunitas Lokal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Koentjaraningrat. (1996). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Littlejohn, Stephen W., and Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication: 9<sup>th</sup> Edition*. Belmont: Thomson Wadsworth.

- M, Rawee. (2013). *10 Social Media Marketing Tips*. Self-published. Printed by CreateSpace, Charleston.
- Marzuki, drs. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Mayfield, Antony. (2008). (*E-book*) *What is Social Media?* London: iCrossing.
- McQuail, Denis. (1991). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory: 6th Edition*. London: SAGE.
- Miles, Jason G. (2014). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. New York: McGraw Hill.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mosco, Vincent. (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: SAGE.
- Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication (Second Edition)*. London: SAGE.
- Mulyana, Deddy, dan Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. (1983). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Panjaitan, Erica L, dan Iqbal, Tm. Dhani. (2006). *Matinya Rating Televisi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Rice, R.E., dan Associates. (1984). *The New Media: Communication, Research, and Technology*. Newbury Park: SAGE.
- Ruben, Brent D., Stewart Lea P., (1998). *Communication and Human Behavior: 4th edition*. USA: Viacom Company.

- Schiffman, Leon G, dan Kanuk, Leslie I. (2010). *Consumer Behavior*. Boston : Pearson.
- Schiller, Herbert I. (1996). *Invisible Crises: What Conglomerate Control of Media Means for America and the World*. Boulder: Westview Press.
- Semiawan, Conny R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sudibyo, Agus. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Weda Tama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Swastha, B dan Handoko, H. (1987). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.

#### Jurnal

- Abuhashesh, Mohammad Yousef. (2014). *Integration of Social Media in Business*. *International Journal of Business and Social Science*, 5, 202-209.
- Agung, S. Sarwoprasodjo. (2008). Perbandingan Pendekatan Ekonomi-Politik Media dan Studi Kebudayaan dalam Kajian Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 6, 94-107.
- Arianto. (2011). Ekonomi Politik Lumbago Media Komunikasi (*Political Economy of Communication Media Institution*). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 191-203.

- Arifah, Nanda Putri, dan Mustikarini, Carolina Novi. (2016). *Paid Promote* sebagai Media Promosi Produk Delicy dalam Meningkatkan Konsumen Potensial. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1*, 307-313.
- Arya, Nosakros, Cangara, Hafied, dan Unde, A. Alimuddin. (2013). Komodifikasi Kemiskinan dalam Televisi Indonesia: Studi Komparatif antara Program “Jika Aku Menjadi” di Trans TV dengan Program “Bedah Rumah” di RCTI. *Jurnal Komunikasi KAREBA, 2*, 171-185.
- Business Reference and Service Section (BRASS)*. (2011). *The Business of Social Media: How to Plunder the Treasure Trove. Reference and User Service Quarterly, 51*, 127-132.
- Ciprian, Pavel. (Tanpa tahun). *The Growing Importance of Social Media in Business Marketing. Quaestus Multidisciplinary Research Journal, 94-98*.
- Fitriana, Rizki. (2014). Perempuan dan Sensualitas: Bentuk Komodifikasi Tubuh Perempuan Melalui *Body Images* Yang Dikonstruksikan Dalam Iklan AXE. *Commonline, 3*, 16-27.
- Gumulya, Jessica, dan Widyastuti, Mariana. (2013). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Journal Psikologi, 11*, 50-65
- Harly, Gevin Sepria, dan Octavia, Damayanti. (2014). Pengaruh *Endorsement Fashion Blogger* terhadap Minat Beli Merek Lokal pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus pada *Fashion Blogger* Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia, 14*, 140-152.
- Hidayat, Dadang Rahmat, dan Octavianto, Adi Wibowo. (2014). Komodifikasi Pengguna Layanan Mesin Pencari dan Media Sosial di Internet (Privasi Pengguna dan Kebebasan Berekspresi sebagai Komoditas). *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, 4*, 97-105.
- Jagongo, Ambrose dan Kinyua, Catherine. (2013). *The Social Media and Entrepreneurship Growth (A New Business Paradigm among SMEs in Nairobi)*. *International Journal of Humanities and Social Science, 3*, 213-227.
- Kaplan, Andreas M, dan Haenlein, Michael. (2010). *Users of the world, unite!*

*The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizon, 53, 59-68.*

Khajeheian, Datis. (2016). *Audience Commodification: A Source of Innovation in Business Models. Technologi Innovation Management Review, 6, 4-47.*

Lina dan Rasyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif berdasarkan *Locus Of Control* Pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika, 4, 5-13.*

Murwani, Endah. (2010). Konstruksi Bentuk Tubuh Perempuan dalam Iklan Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 2, 10-18.*

Nagle, Tadhg, dan Pope, Andrew. (2013). *Understanding Social Media Business Value, a Prerequisite for Social Media Selection. Journal of Decision Systems, 22, 283-297.*

Sari, Chacha Andira. (2015). Perilaku Berbelanja *Online* di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitari Airlangga. *Jurnal AntroUnairdotNet, 4, 205-216.*

Schroeder, Harold M. (2014). *Social Media in Business Strategy: The Learning and Development Implications. Development and Learning in Organizations, 28, 12-15.*

Sudibyo, Agus. (2000). Absennya Kajian Ekonomi Politik Media di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 4, 115-134.*

Syah, Hakim. (2011). Komodifikasi Khalayak dalam Industri Media: Telaah Kritis atas Sistem *Rating* Media dan Implikasinya terhadap *Public Sphere*. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, 8, 28-41.*

Worotitjan, Hulda Grace. (2014). Konstruksi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik Wardah. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitari Kristen Petra Surabaya, 2, 1-10.*

## Makalah

Gesar, Langitantyo Tri. (2012). *Penonton Bayaran dalam Komodifikasi dan Aliensi. Paper tidak diterbitkan.* Depok: Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

## Skripsi

- Ege, Angelina Agusta Gracia. (2015). *Makna Kecantikan Perempuan dalam Iklan Televisi You C1000 Vitamin "Batik" Leila Lopes. Skripsi tidak diterbitkan.* Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala.
- Muthia, Riva. (2016). *Analisis Makna cantik dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi "See The Real Me" di Televisi. Skripsi tidak diterbitkan.* Bandar Lampung: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bandar Lampung.
- Rahmawati, Dewi. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). Skripsi tidak diterbitkan.* Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ramadhan, Achmad Syaiful. (2012). *Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas "X". Skripsi tidak diterbitkan.* Depok: Fakultas Ilmu Keperawatan Program Sarjana Keperawatan Universitas Indonesia.
- Safira, Fradina Dwi. (2013). *Representasi Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Representasi Citra Perempuan Dalam Iklan Wrp Diet To Go Di Televisi Swasta) Medan. Skripsi tidak diterbitkan.* Medan: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sandy, Fransiscus Assisi. (2014). *Manajemen Media Online: Studi Kasus Manajemen Redaksi Goal Indonesia (<http://www.goal.com/id-id/>) sebagai Portal Berita Sepakbola Berbasis Virtual Management. Skripsi tidak diterbitkan.* Yogyakarta: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Syata, Novitalista. (2012). *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi. Skripsi tidak diterbitkan.* Makassar: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Setiawati, Devi. (2010). *Persepsi Remaja Mengenai Pendidikan Seks: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelajar SMA Negeri 4 Magelang. Skripsi tidak diterbitkan*. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Suri, Mahda. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop di Instagram terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshop. Skripsi tidak diterbitkan*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

#### Tesis

Gual, Yoseph Andreas. (2013). *Dinamika Ekonomi Politik Industri Penerbitan Pers Lokal: Studi Kasus Praktek Komodifikasi dan Spasialisasi di Kota Kupang. Tesis tidak diterbitkan*. Yogyakarta: Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

#### Daring

Andari, Trias Widha. (2016). *Foto Selfie: Komodifikasi Diri Sendiri di Era Jejaring Sosial*. Diambil dari <https://uisi.ac.id/read/foto-selfie-komodifikasi-diri-sendiri-di-era-jejaring-sosial>

Antara. (2016). *Pengguna Instagram di Dunia Tembus 400 Juta*. Diambil dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/01/14/072736199/pengguna-instagram-di-dunia-tembus-400-juta>

Asiz, Ibnu. (2014). *Jual Beli Like & Follower Palsu di Media Sosial Capai Rp 3 Triliun Per Tahun*. Diambil dari <http://sidomi.com/254261/jual-beli-like-follower-palsu-di-media-sosial-capai-rp-3-triliun-per-tahun/>

aturduit.com. (2015). *5 Tips Berjualan di Instagram*. Diambil dari <http://www.marketing.co.id/5-tips-berjualan-di-instagram/>

Dini. (2016). *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media di Kehidupan Sehari-Hari*. Diambil dari <http://dosenit.com/jaringan-komputer/internet/dampak-positif-dan-negatif-sosial-media>

Elfianis, Rita. (Tanpa Tahun). *Fenomena Endorse dan Paid Promote Artis di Instagram*. Diambil dari <http://jokowarino.id/fenomena-endorse-dan-paid>

promote-artis-di-instagram/

Fajrina, Hani Nur. (2016). *Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia.*

Diambil dari <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia>

Fikrie, Muammar. (2016). *Hal Menarik di Balik Perayaan Hari Media Sosial.*

Diambil dari <https://beritagar.id/artikel/berita/hal-menarik-di-balik-perayaan-hari-media-sosial>

Hardy. (2015). *10 Manfaat Sosial Media untuk Bisnis.* Diambil dari

<http://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis/>

Hidayat, Apriyadi. (2015). *Untung Cantik dari Bisnis Kosmetik.* Diambil dari

<http://www.bogor-today.com/untung-cantik-dari-bisnis-kosmetik/>

Hiscott, Rebecca. (2014). *10 Simple Ways to Get More Instagram Followers and*

*Likes.* Diambil dari [http://www.huffingtonpost.com/2014/07/02/instagram-followers\\_n\\_5537524.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/07/02/instagram-followers_n_5537524.html)

Ibtisam, Fatimah. (2016). *Tarif Endorse di Media Sosial Berapa, Sih?* Diambil

dari <http://www.youthmanual.com/post/fun/you-have-to-see-this/berapa-tarif-endorse-di-media-sosial>

Itasika. (2015). *Rahasia Cara Kerja Penjual Followers Instagram Pasif*

*Dibeberkan.* Diambil dari <http://alivmedia.com/rahasia-cara-kerja-penjual-followers-instagram-pasif-dipaparkan/>

Kristo, Fino Yurio. (2016). *Cerita Tersembunyi di Balik Kelahiran Instagram.*

Diambil dari [http://inet.detik.com/read/2016/08/08/144044/3270724/398/cerita-](http://inet.detik.com/read/2016/08/08/144044/3270724/398/cerita-tersembunyi-di-balik-kelahiran-instagram)

[tersembunyi-di-balik-kelahiran-instagram](http://inet.detik.com/read/2016/08/08/144044/3270724/398/cerita-tersembunyi-di-balik-kelahiran-instagram)

Kusdianto, Heri. (2015). *Ide Bisnis Menguntungkan Tanpa Modal dengan*

*Instagram.* Diambil dari <http://www.pojokbisnis.com/ide-bisnis/ide-bisnis-menguntungkan-tanpa-modal-dengan-instagram>

Martha, Wisnu. (2012). *VA: Benjamin On Jazz: Tribute to The Legend (2012).*

Diambil dari <http://wisnumartha14.blogspot.co.id/2012/04/va-benyamin-on-jazz-tribute-to-legend.html>

Maulana, Fajar. *7 Macam Bisnis Jasa yang Ada di Instagram.* Diambil dari

<http://www.ekspedisiilmu.web.id/2016/03/bisnis-jasa-di-instagram.html>

Melati, Nadya Karima. *Mahasiswi Cantik*. Diambil dari

<http://www.jurnalperempuan.org/blog2/mahasiswi-cantik>.

Morrison, Kimberlee. (2015). *The Value in Social Media for Business*. Diambil

dari <http://www.adweek.com/socialtimes/the-real-value-in-social-media-for-businesses-infographic/630376>

Noviadhisti, Ulwan Fakhri. (2016). *Awal Tahun 2016 Ini, Berapa Banyak*

*Pengguna Internet di Indonesia?* Diambil dari <http://www.techno.id/tech-news/berapa-banyak-pengguna-internet-di-indonesia-pada-awal-tahun-2016-160131y.html>

Palupi, Amrikh. (2016). *Cantik Tak Harus Putih, Ini Penjelasan Ahli Kecantikan*.

Diambil dari <https://www.dream.co.id/lifestyle/cantik-tak-harus-putih-ini-penjelasan-ahli-kecantikan--160804b.html>

Rahmanti, Eko. (2014). *Media Partnership: Kunci Keberhasilan Event Anda*.

Diambil dari <https://www.seputarevent.com/single-post/2014/10/07/Media-Partnership-Kunci-Keberhasilan-Event-Anda>

Rebecca. *15 Tempat Nongkrong #Instagramable di Jakarta*. Diambil dari

<https://www.decodeko.co.id/blog/tempat-nongkrong-instagramable-di-jakarta/>.

Santoso. (2012). *Cantik Tidak Semestinya Identik Putih dan Hidung Mancung*.

Diambil dari <http://sulteng.antaranews.com/berita/117/cantik-tidak-semestinya-identik-putih-dan-hidung-mancung>

Saputra, Irwan. (2013). *Sejarah Aplikasi Instagram*. Diambil dari

<http://www.netterku.com/2013/03/sejarah-aplikasi-instagram.html>

Sari, Intan Kemala. (2016). *Liputan Khusus Endorsement: Mulai dari Rp 50 Ribu*

*Hingga Rp 25 Juta, Ini Tarif Endorse Selebram*. Diambil dari <http://wolipop.detik.com/read/2016/04/08/085516/3182752/1133/mulai-dari-rp-50-ribu-hingga-rp-25-juta-ini-tarif-endorse-selebram?>

Sekar, Putri. (2014). *Dulang Sukses Pemasaran Instagram? Ini Strateginya*.

Diambil dari <http://www.marketing.co.id/dulang-sukses-pemasaran-instagram-ini-strateginya/>

- Tanpa Nama. (2012). *Tips Memotret Model atau Modeling Photography*. Diambil dari <http://tipsfotografi.net/tips-memotret-model-atau-modeling-photography.html>.
- Tanpa Nama. (2015). *Ini Cara Terampuh Mempromosikan Akun Instagram Anda untuk Jualan Online!* Diambil dari <https://digitalmarketer.id/content/ini-cara-terampuh-mempromosikan-akun-instagram-anda-untuk-jualan-online/>
- Wahyuningsih, Merry. (2015). *Kisah Tragis Gadis yang Meninggal Karena Minum Pil Pelangsing*. Diambil dari <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150421110902-255-48074/kisah-tragis-gadis-yang-meninggal-karena-minum-pil-pelangsing/>
- Wijaya, Ketut Krisna. (2015). *Fenomena Pemanfaatan Media Sosial untuk Berjualan di Indonesia*. Diambil dari <https://id.techinasia.com/fenomena-pemanfaatan-media-sosial-untuk-berjualan-di-indonesia>
- Wulandari, Retno. (2016). *5 Trik Melejitkan Jumlah Followers Instagram dan Mempertahankannya*. Diambil dari <https://www.labana.id/view/5-trik-melejitkan-jumlah-follower-instagram-dan-mempertahankannya/2016/11/24/2/>