

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adlin, A 2006, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Barker, C (ed.) 2013, *Cultural Studies, Teori dan Praktik*, Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Barthes, R (ed.) 2007, *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sesiologi Tanda, Simbol, Representasi*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Bourdieu, Pierre 1996. *Distinction: a Social Critique of The Judgement of Taste*, Harvard University Press, Cambridge.
- Bungin, Burhan. 2007. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaney, D 2003, *Lifestyles: Sebuah Pengantar Koprehensif*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Fiske, John (ed.) 1989, *Understanding Popular Culture*, London: Unwin Hyman
- Featherstone, M 2000, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Grenz, Stanley J 2001, *A Primer on Postmodernism: Pengantar untuk Memahami Postmodernisme*. Penerjemah Wilson Suwanto, Yogyakarta, Yayasan Andi.
- Habermas, J (ed.) 2007, *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*, Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Hall S, 2003, *The Work of Representation. Representation: Cultural Representation and Signifying Practice*. Sage Publication, London.
- Heryanto, A (ed.) 2012, *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca Orde Baru*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Ibrahim, Idy S 2007, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Ibrahim, Idy S 2000, *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Jalasutra, Yogyakarta.

- Ida, R 2011, *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Kasali, R 2007, *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kurniawan, 2001, *Semiologi Roland Barthes*. Magelang, Yayasan Indonesiatara.
- Littlejohn, S W 1996, *Theories of Human Communication*. Fifth Edition, Wadsworth Publishing Company, New York.
- Lury, Celia 1998, *Budaya Konsumen*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- McLuhan, M 1962, *The Gutenberg Galaxy; The Making of Typographic Man*, London.
- McQuail, D 1991, *Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*, Erlangga
- Moriarty, S. (1991). *Creative advertising theory and practice* (2nd ed.). Prentice-Hall International Inc, New Jersey.
- Morissan, 2008, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana
- Pawito, Phd 2007, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKiS Yogyakarta, Yogyakarta
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jelasutra
- Rachman, E , Omar, P 2004, *Gaul Meraih Lebih Banyak Kesempatan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I ( edisi 5), Erlangga, Jakarta
- Sobur, A 2004, *Semiotika Komunikasi*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung
- Storey, John 2003. *Inventing Popular Culture: From Folklore to Globalization*. Malden, MA: Black Well

Strinati, D 2007, *Popular Culture: Pengantar Menuju Budaya Populer*, AR-RUZZ Media, Jogjakarta

W.Gulo, 2000, *Metodologi Penelitian*, Grasindo, Jakarta

Wibowo, 2011, *Semiotika komunikasi aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*, Jakarta, Mitra Wacana Media

Williams, Raymond 1976. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana

Samovar, L dkk 2007, *Communication Between Cultures*, Sixth Edition, Thomson Wadsworth, Belmont CA.

#### **Jurnal :**

Ford, N, Shaluhiah, Z, Suryoputro, A 2006, 'A rather benign sexual culture: socio-sexual lifestyles of youth in urban Central Java, Indonesia', *Population, Space and Place*, Volume 13, Issue 1, pages 59–76, Wiley Online Library.

Kasiyan, 2012, 'Hegemoni Estetika *Postcolonial* dalam Representasi Iklan di Media Massa Cetak Indonesia Kontemporer', *Humaniora*, Vol.24, 292-302.

Manns, H. (2013). Gaul, conversation and youth genre(s). *Proceedings of International Workshop on 'Special genres' in and around Indonesia* (pp. 177-210). Tokyo: Tokyo University of Foreign Studies.

Wempi, J 2012, 'Teori Produksi Kultural : Sebuah Kajian Pustaka', *Exposure: Journal of Advanced Communication*, Vol.2 No.1, 364-373.

#### **Skripsi/Thesis :**

Budisantoso, T 2013, 'Konstruksi Identitas Balita dalam Iklan Susu', Skripsi, Universitas Airlangga.

Molekandela, K 2013, 'Representasi Starbucks Sebagai Gaya Hidup Konsumerisme (Monolog Kebudayaan Barat Kepada Timur dalam Secangkir Kopi)', Master Thesis, Universitas Diponegoro.

#### **Lainnya :**

- Abdhi, G 2014, *Ciri-Ciri Anak Gaul Edisi 2012,2013,2014*, diakses pada 12 April 2014 dari <http://artikelampuh.blogspot.com/2014/01/ciri-ciri-anak-gaul-edisi-2012-2013-2014.html>
- Alexander, H 2013, *Jakarta Punya Empat Mall Termewah di Indonesia*, diakses pada 29 Mei 2015 dari <http://properti.kompas.com/read/2013/12/28/1700256/Jakarta.Punya.4.Mal.Termewah.di.Indonesia>
- Arti-Gaul, 2009, *Luasnya Arti Gaul*, diakses pada 12 April 2014 dari <http://arti-gaul.blogspot.com/>
- Eka, H 2013, *Komunikasi Massa dan Karakteristiknya*, diakses pada 16 April 2014 dari <http://www.slideshare.net/hanaeka5/media-komunikasi-massa-dan-karakteristiknya-20840449>
- Lifa, I 2014, *Kopiko Kini Bukan Hanya Tentang Permen*, diakses pada 14 April 2014 dari <http://markpinion.blogspot.com/>
- Nova, 2012, *Remaja, Globalisasi, dan Gaya Hidup*, diakses pada 1 Mei 2014 dari <http://psg.uui.ac.id/index.php/RADIO/4-Februari.html>
- Putra, H 2011, *Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa*, diakses pada 16 April 2014 dari <http://hafizheskaputra.blogspot.com/2011/06/televisi-sebagai-media-komunikasi-massa.html>
- Republika, 2008, *Planet Remaja Serunya Dunia Remaja*, diakses pada 5 Juli 2015 dari <http://www.republika.co.id/berita/no-channel/08/11/15/13955--i-planet-remaja-i-serunya-dunia-remaja>
- Reza M, 2011, *Representasi*, diakses pada 16 April 2014 dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30060/3/Chapter%20II.pdf>
- Sulton, R A 1998, *Local, Global. or National? Popular Music on Indonesia Television*, diakses pada 26 Mei 2015 dari <http://polyglot.lss.wisc.edu/mpl/workshop98/program.html>
- SWA Digital, 2011, *Makin Matang Kapal Api Kuasai Lebih dari 50% Pasar*, diakses pada 18 Juni 2015 dari <http://swa.co.id/listed-articles/makin-matang-kapal-api-kuasai-lebih-dari-50-pasar>



Wahidin, D 2014, *Pola Konsumtif Remaja di Mal Sebagai Bentuk Refleksi Gaya Hidup*, diakses pada 28 Juni 2015 dari <http://www.siperubahan.com/read/626/Pola-Konsumtif-Remaja-di-Mal-Sebagai-Bentuk-Refleksi-Gaya-Hidup>

Wijaya, P 2014, *Selfie dan Gaya Hidup*, diakses pada 1 Juni 2015 dari <http://balipost.com/read/headline/2014/11/14/25249/selfie-jadi-gaya-hidup.html>

*Pengertian Media Iklan*, 2009, diakses pada 14 April 2014 dari <http://belajarperiklanan.blogspot.com/2009/07/pengertian-media-iklan.html>

*Teori Identitas (Identity Theory)*, 2009, diakses pada 16 April 2014 dari <http://konsultasikehidupan.wordpress.com/2009/05/12/teori-identitas-identity-theory/>

*Top Brand Index 2013*, 2013, diakses pada 14 April 2014 dari <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2013>

*Kopiko78 Pelopor Minuman Kopi Dalam Botol*, 2013, diakses pada 14 April 2014 dari <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/04/10/kopiko78-pelopor-minuman-kopi-dalam-botol-547721.html>

<http://www.kamusbahasaindonesia.org>

<http://www.maroon5.com/bio>

<http://www.cbsnews.com/stories/2006/09/17/sunday/main2015684.shtml> diakses pada 14 April 2014