

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adnan., Ricardi S. 2014, Pemasaran Sosial: Suatu Pengantar ,  
<http://repository.ut.ac.id/4602/1/SOSI4313-M1.pdf>
- Alaydrus, H (2018) BI Imbau Masyarakat Rawat Rupiah, Tirto.id  
<https://market.bisnis.com/read/20181112/93/858893/bi-imbau-masyarakat-rawat-rupiah>
- Andreasen, A. R. (1995). Marketing social change : changing behavior to promote health, social development, and the environment / Alan R. Andreasen. San Francisco : JosseyBass, 1995.
- Alexander,(2014) Science of storytelling: why and how to use it in your marketing,  
<http://www.theguardian.com/media-network/media-networkblog/2014/aug/28/science-storytelling-digital-marketing>
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung* : Simbiosis Rekatama Media
- Alimuddin. (2013). “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor di Kota Makasar”. Jurnal ilmiah Ilmu Ekonomi. Retrieved from <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/6028>
- Baskara, Adi L. (2018, November 9), Mengapa Sistem Pembayaran Elektronik Non-Tunai Bikin Kita Boros, <https://tirto.id/mengapa-sistem-pembayaran-elektronik-non-tunai-bikin-kita-boros-c9ra>. \
- Bayuntaridewi. Galuh Indah 2012. Skripsi: Blog dan Identitas Masyarakat Korea Selatan (Analisis Semiotik Terhadap Representasi Identitas Budaya Populer Korea Selatan dalam Artikel Culture dan Lifestyle Situs <http://blog.korea.net>). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM. hal. 12-13.
- Bank Indonesia. (2017, January 18). *Transformasi*. Retrieved from Bank Sentral Republik Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/transformasi/default.aspx>
- Bening, Eno Swara, Membedah Youtube sebagai New Media dengan pemikiran Jean Baudrillard Skripsi Filsafat Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya UI,

- 2014,<http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-05/S57164> Enobening%20Swara  
Biro Humas&TU Bappenas, 2008, Sistem Ekonomi dan Sistem Politik Indonesia  
<https://www.bappenas.go.id/files/2113/6082/9893/sistem-ekonomi>  
20081123060340\_\_1001\_\_0.pdf
- Binder, A. (2013). Tren Kerja dengan Alat Elektronik Pribadi. Retrieved from  
<http://www.dw.com/id/tren-kerja-dengan-alat-elektronik-pribadi/a-16492087>
- Breakenridge, D. T. J. 2003. *THE NEW PR TOOLKIT : Strategies for Successful Media Relations*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Budiasa Meistra, (2016) Representasi Kelas Sosial didalam iklan Teh Botol Sosro
- Burgess, Jean dan Joshua Green. 2013. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press
- Chandra, Edy. 2017, *Youtube*, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni ISSN 2579-6348 (Versi Cetak) Vol. 1, No. 2, Oktober 2017: hlm 406-417 ISSN-L 2579-6356 (Versi Elektronik), Hal. 409
- Coeuré, B. (2017, Maret 31). European Central Bank. Retrieved from European CentralBankWebsite:<https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2017/html/sp170331.en.html>
- Damsar. 2002. Sosiologi Ekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Deloitte Southeast Asia. (2015). *Deloitte Consumer Insight Capturing Indonesia's Latent Market*. Deloitte Southeast Asia.
- Dozier, David M dan Larissa A.G., James E.G. 2001. "Public Relations as Communication Campaign". Dalam C.K Atkin dan R.E Rice. Public Communication Campaigns. 3rd Edition.London: Sage Publication, Inc, hal. 231-232.
- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 2006. (terjemahan Budijanto) Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Elfick, J. (2011). "Class Formation and Consumption among Middle Class in Shenzhen". *Journal of Current Chinese Affairs*, 40(1), 187-211.
- Fossard, E & Riber, J (2005), *Writing and Producing for Television and Film*,

- Communication for Behavior Change, Volume 2, London : Sage Publications
- Fiske, John (1990) *Cultural and Communication Studies*, Penerjemah: Yosali Iriantara dan Idy Subandy Ibbrahim, Bandung: Penerbit Kencana
- Grunig, J. E., & Hunt, T. 1984. *Managing public relations* p. 21-23. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, James E. 2009. "*Paradigms of global public relations in an age of digitalisation.*" *PRism* 6.2 Hal 1-19.
- Hadi Yunus. 2002. *Struktur Tata Ruang Kota*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hall, Stuart. (1997) *Representation: Cultural Representation and Signifying Practice*, London, California, New Delhi : SAGE
- Heryanto, Ariel. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia* Alih Bahasa: Eric Sasono. Jakarta: KPG, 2015
- Hida, Ramdania El, (2018) Bank Indonesia Musnahkan Rp 254 Triliun Uang Rusak, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3501743/bank-indonesia-musnahkan-rp-254-triliun-uang-rusak>
- Holtz, S. 1999. *Public Relations on the Net*. New York: Amacom. P.
- Hootsuite. (2018, January 29). Hootsuite We Are Social - Digital in 2018 in Southeast Asia Part 2. Retrieved from SlideShare: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-8686646x>
- Horton, P. B. (2006). *Sosiologi* (6 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Ida, Rachmah (2014) *Riset Kajian Media dan Budaya*, Jakarta: Kencana
- Irawanto, Budi (2006) *Transgresi Batas-Batas Marginalitas dalam Sinetron Komedi Bajaj Bajuri Menertawakan Kejelataan Kita dalam Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 3, Nomor 1, Juni 2006: 49 - 62
- Jordan, Joleen. 2019, Answered Jan 12, 2019 <https://www.quora.com/What-is-a-digital-platform-And-how-does-it-differ-from-campaigns-or-branding>
- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media*. Yogyakarta: Jalasutra. hal. 315.
- Kotler, P and Edvardo Roberto, *Social Marketing-Strategis for Changing Public Behavior*, USA: The Free Press, (2002, 25).
- Latifah, M. (2013). *Blackberry dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi terhadap*

- Perilaku dan Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Sosiologi dan Antropologi Unnes yang Menggunakan Ponsel Blackberry). Semarang: Universitas Negeri Semarang. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/1780/>
- Luukkonen, M. (2016, January 18). Online Video in an Organizational Context : Developing a Business Plan for A Production Company. *Master's Thesis Degree Programme in Communication Management*, 11.
- McQuail, Dennis. (2011) Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6, Jakarta: Salemba Humanika
- McGuire, W.J (1981). "Theoretical Foundations of Campaign". Dalam R.E. Rice & W. J. Paisley, (penyunting). *Public Communication Campaigns*. London: Sage Publications, Ltd, hal. 67
- Maulinda, Dea G (2016), Analisis Trust dalam Penggunaan E-Money sebagai Teknologi Konsumsi: Studi Mengenai Pengguna E-Money Kelas Menengah-Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Vol 1 No 1 (2016): Indonesian Journal of Sociology and Education Polic, p 62-79
- Modul Kebanksentralan, 2014, Buku Panduan Guru Ekonomi SMA Materi Kebanksentralan, Jakarta : Bank Indonesia dan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Murti, G. H. (2015). "Mengurai Makna Kemacetan Ibu Kota". *Jurnal Magister Kajian Sastra dan Budaya*, 4(4), 40-54. Retrieved from <http://journal.unair.ac.id/menguraimakna-kemacetan-ibukota-article-9646-media-161-category-8.html>
- Naratama. (2004). *Menjadi sutradara televisi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Narwoko, J. Dwi., dan Suyanto, Bagong. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana, 200.
- Nizar, Muhammad Afdi, (2016), Kelas Menengah (Middle Class) Dan Implikasinya Bagi Perekonomian Indonesia, Peneliti, Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan RI, Jakarta.
- Nursal, Adman 2004. "Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah

- Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden". Jakarta: PT. Gramedia, hal. 89 .
- Philipus dan Nurul Aini (2004) *Sosiologi dan Politik*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, h. 85.
- Putera, Donnal Andri, (2018), Bank Indonesia Optimis Konsumsi Tumbuh Positif, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/06/221122526/bankindonesia-optimistis-konsumsi-tumbuh-positif> .
- Rahmi, Fae Wanita (2010) Representasi Kelas Sosial dalam Film Laskar Pelangi, Skripsi Universitas Airlangga.
- Resal, Y. B. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Listrik Rumah Tangga di Kota Sangatta Kalimantan Timur*. Makasar: Universitas Hasanudin. <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/6631>.
- Richard D. Waters & Paul M. Jones (2011): *Using Video to Build an Organization's Identity and Brand: A Content Analysis of Nonprofit Organizations' YouTube Videos*, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 23:3, 248-268.
- Rusata, Tatang. "Kelas Menengah Baru Dan Tantangannya Bagi Industri Pariwisata Indonesia." *Jurnal Kepariwisata Indonesia* Vol. 10, No. 1 Desember 2015, hal.19-30.
- Setiaji, Ilham Galuh (2016) Media Baru dan Storytelling (Studi Kasus Storytelling dalam Media Sosial Dancow Parenting Center), Universitas Gajah Mada.
- Science of storytelling: why and how to use it in your marketing, untuk artikel selengkapnya dapat diakses dalam <http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/aug/28/science-storytelling-digital-marketing>
- Scott M. Cutlip, A. H. (2009). *Effective Public Relation*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, Alex (2003) *Semiotika Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sulistiani Rima, 2016. <https://tirto.id/bi-purwokerto-masuk-pasar-tukar-uang-lusuh-pedagang-okL> 16 Maret 2016
- Suyanto, Bagong dan Kanaji (2004) Stratifikasi Sosial : Determinan dan Konsekuensi dalam J Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi : Teks*

Pengantar dan Terapan, Jakarta : Kencana .

- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi; Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Tianjie, H. (2013). *China's Middle Income Consumers*. Beijing: China-Britain Business Council.
- Triwijayati dan Pradipta (2018) *Kelas Sosial VS Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Jurnal Ekonomi*/Volume XXIII, No. 02, Juli 2018: 141-158.
- Waters, Richard D. & Jones, Paul M. (2011): *Using Video to Build an Organization's Identity and Brand: A Content Analysis of Nonprofit Organizations' YouTube Videos*, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 23:3, 248-268
- Warjiyo, P. (2016, Juni). *Bauran Kebijakan Bank Sentral : Konsepsi Pokok dan Pengalaman*. Retrieved from Bank Sentral Republik Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/seri-kebanksentralan/Documents/BSK-25-Bauran-Kebijakan-Perry-Warjiyo.pdf>
- Website Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/bi-dan-publik/kebanksentralan/Default.aspx>: diakses pada 6 April 2018
- Williams, Dan. 2012. *Web TV Series: How to Make and Market Them*. Harpenden: Oldcastle Books.
- Yuswohady & Kemal E. Gani, (2015), *8 WAJAH KELAS MENENGAH*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.