

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abercrombie N., Hill S., & Turner, B. S. (2010). *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmed, L. (2011). *A Quite Revolution: The Veil's Resurgence, from the Middle East to Amerika*. New Haven: Yale University Press.
- Althusser, L. (2006). *Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes Towards an Investigation) dalam Meenakshi G. D. dan Douglas M. K. (eds.). Media and Cultural Studies Keywords, Revised Edition*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Arimbi, D.A. (2009). *Reading Contemporary Indonesia Muslim Women Writer Representation, Identity, and Religion of Muslim Woman in Indonesian Fiction*. Amsterdam : Amsterdam University Press.
- Barker, C. (2005). *Cultural Studies: Theory and Practice*. Australia: Sage Publications.
- Barnard, M. (1996). *Fashion sebagai Komunikasi. Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, J. (1973). *The Mirror of Production*. St. Louis: Telos Press.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. New York: Semiotext(e), Inc.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumption Society*. London : Sage Publication.
- Bogdan, & Taylor. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Creswell, J.W. (2015). *Pendekatan Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. USA: Longman.
- Fealy, G., & White, S. (2012). *Ustad Seleb Bisnis Moral dan Fatwa Online Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Goldman, R., & Papon, S. (1995). *Sign Wars: The Clutterd Lanscape of Advertising*. New York: Guildford, dalam Agger, B. (2003). *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan, dan Impilkasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kitiarsa, P. (2008). *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. London: Routledge.
- Kellner, D. (1989). *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Cambridge: Polity Press.
- Lubis, A.Y. (2014). *Postmodernisme, Teori dan Praktek*. Jakarta: Persada.
- Moleong, L.J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication.
- Piliang, A.Y. (2003). *Hippersmiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Piliang, A.Y. (1999). *Hipperealitas Kebudayaan: Semiotika, Estetika, Postmodernisme*. Yogyakarta: LKIS.
- Piliang, A.Y. (2011). *Bayang-Bayang Tuhan dan Imajinasi*. Jakarta: Mizan Republika.
- Ritzer, G., & Goodman, D.J. (2008). *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Post Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sinha, V. (2011). *Religion and Commodification: 'Merchandizing' diasporic Hinduism*. London: Routdgc.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.
- Sutinah. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yuswohadi. (2014). *Marketing to the Middle Class Muslim*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi, Tesis, Disertasi

- Fajardianie, D. (2012). Komodifikasi Penggunaan Hijab sebagai Gaya Hidup dalam Majalah Muslimah (Analisis Semiotika pada Rubrik Mode Majalah NOOR). Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Depok.
- Fitri, G.K. (2017). Komodifikasi Busana Muslim (Studi Pada Perusahaan Busana Muslim Gaby Surabaya). Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Hanifah, M. (2015). Pemaknaan Jilbab Kreatif bagi Perempuan Muslim sebagai Identitas Diri. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hariyanto, D. (2018). Komodifikasi Ibadah Umroh di Jawa Timur. Disertasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Maulidiyah, L. (2018). Komodifikasi Agama Islam dalam Iklan Televisi Produk Kosmetik Halal di Indonesia. Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Nurfaiza, U. (2018). Gaya Komunikasi *SZ Model Management* Kota Surabaya. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Purwati, R.I. (2017). Komodifikasi Penggunaan 'Jilbab' Di Kalangan Mahasiswi (Studi Kasus 7 Orang Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin). Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Salsabila. (2018). Gaya Hidup Hijaber Syar'i Di Kota Gresik. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya.

Jurnal

- Al Chukwuma, O., & Clement, U.A. (2014). Materialism and Commodification of The Sacred: A Political Economy of Spiritual Materialism in Nigeria. *European Scientific Journal*, 10 (14): 595-606.
- Al Hadi, R.A., & Hidayat, N. (2017). Komodifikasi Tubuh Perempuan di Instagram. *E-Sospol*, 4: 1-5.
- Berger, A.E. (1998). The Newly Veiled Woman: Irigaray, Specularity, and the Islamic Veil. *Diacritics: A Review of Contemporary Criticism*, 28 (1): 93-119.
- Budiati, A.C. (2011). Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*, 1(1): 60-70.
- Fakhrurroji, M. (2012). Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1): 193-211.
- Galadari, A. (2011). Behind the Veil: Inner Meanings of Women's Islamic Dress Code. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6(11): 115-125.
- Haddad, Y.Y. (2007). The Post-9/11 Hijab as Icon. *Sociology of Religion*, 68(3): 252-267.
- Latiff, Z.A., & Alam, F.N.S.Z. (2013). The Roles of Media in Influence Woman Wearing Hijab: An Analysis. *Journal of Image and Graphics*, 1(1): 50-54.
- Mayaningrum, H.Q., & Triyono A (2016) Komodifikasi Hijab dalam Iklan Kosmetik Shopie Paris Versi "Natural dan Halal" di televisi. *Channel*, 4(2): 207-216.
- Musthofa, A. (2012). Komodifikasi Kemiskinan Oleh Media Televisi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 3(1): 35-47.
- Naghbi, N. (1999). Bad Feminist or Bad Hejabi? *International Journal of Postcolonial Studies*, 1(4): 555-571.
- Roushanzamir, E.L. (2004). Chimera Veil of "Iranian Woman" and Processes of U.S. Textual Commodification: How U.S. Print Media Represent Iran. *Journal of Communication Inquiry*, 28(1): 9-28.
- Sandikci, O., & Ger, G. (2007). Constructing and Representating the Islamic Consumer in Turkey. *Fashion Theory*, 11 (2-3):189-210.
- Sharp, L.A. (2000). The Commodification Of The Body And Its Parts. *Annu. Rev. Anthropol*, 29: 287-328
- Tantowi, A. (2010). Quest of Indonesian Muslim Identity Debates on Veiling from the 1920s to 1940s. *Journal of Indonesian Islam*, 4 (1): 63 - 90.
- Wagner, W., Sen, R., Permanadeli, R., Howarth, C.S. (2014). The veil and Muslim women's identity: Cultural pressures and resistance to stereotyping. *Culture & Psychology*, 18(4): 521-541.
- Wardani, M.K. (2018). Komodifikasi Citra Perempuan Muslim dalam Dunia Fashion (Analisis Semiotika Tayangan Dua Hijab Trans 7). *Mubarrik-Jurnal Dakwah dan Sosial*, 1 (1): 22-46.
- Yulikhah, S. (2016). Jilbab Antara Kesalehan dan Fenomena Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36 (1): 96-117.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Jilbab_di_Indonesia diakses pada 1 Juni 2018 pukul 16.48 WIB.

<https://jejakislam.net/perjuangan-panjang-jilbab-diindonesia/> diakses pada 2 Agustus 2019 pukul 08.25 WIB.

<https://historia.id/kultur/articles/jilbab-terlarang-di-era-orde-baru-6k4Xn> diakses pada 2 Agustus 2019 pukul 09.14 WIB.

<https://wolipop.detik.com/hijab-style/d-3238493/foto-transformasi-gaya-hijab-wanita-indonesia-dari-masa-ke-masa/6/#news> diakses pada 2 Agustus 2019 pukul 10.54 WIB.