

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, D. & Hartoyo. (2013). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi* , 72-86.
- Andi Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Diva Press
- Ardianto, E., dkk. (2017). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Askurifai, B. (2013). *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung: Katarsis
- Assael, H. (2011). *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson-Learning.
- Baxter, L.& Babbie, E. (2010). *The Basics of Communication Research*. Belmont CA: Wadsworth/ Thomson Learning
- Basrowi, S. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro, Edisi Pertama*. Surabaya: Penerbit Insan Cendekia.
- Daldjoeni. (2012). *Seluk Beluk Masyarakat Kota*. Bandung: PT.Alumni.
- Dany, R. P. (2007). *Budaya Konsumtif dalam Film (Analisis Semiotik pada Film Catatan Akhir Sekolah Karya Hanung Bramantyo)*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Devito, J. (2017). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books.
- Effendy, O. U. (2012). *Ilmu Komunikasi: teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Effendy, O.U. (2011). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Engel, J. F., et. al. (2014). *Perilaku Konsumen, Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara,
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fakih, M. (2011). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Fiske, J. (2011). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiske, Jhon. 1987. *Television Cultural and Communication Studies*. Jogjakarta: Jalasutra
- Hartley, J. (2010). *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*. Yogyakarta: Jalasutra
- Heru, E. (2009). *Mari Membuat Film (Panduan Menjadi Produser)*. Jakarta: Erlangga.
- Hiebert, R. E., Ungurait D. F. & Bohn, T. W. (2015). *Mass Media - An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman.
- Horton, P. B., dan Hunt, C. L. (2009). *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga.
- Hovland, C. L. (2012). *Definisi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Imawati I, Sulistyaningsih dan Ivana E. (2013) Pengaruh Financial Literacy terhadap perilaku konsumtif remaja pada program IPS SMA N 1 Surakarta 2012/2013. *Jurnal Penelitian UNS* 2 (1) 48-58.
- Irawanto, B. (2009). *Film, Ideologi, dan Militer: Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- James, C. (2018). Ulasan Film: Apakah film Crazy Rich Asians bisa memenuhi ekspektasi? Dapat diakses di <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cul-45204316>
- Jatmiko, F. C. (2016). *Representasi Gaya Hidup Konsumtif dalam Film Confessions of Shopaholic, semiotika John Fiske*. Skripsi. Universitas Airlangga dapat diakses di <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/46733>
- Juliastuti, N. (2010). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Kamal, Q. (2017). *Representasi Hedonisme dalam Iklan Televisi (Studi Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Gaya hidup/Konsumtif pada Iklan Ramayana Mudik #KERENHAKSEGALABANGSA)*
- Kerbs W.A (2011). *Collin gem: Australian english dictionary*, 3rd ed, Sydney:Harper Collins Publisher.
- Krebs, W.A. (2011). *Collings Gem: Australian English Dictionary, Third Edition*. Sydney: Harper Collins Publisher.
- Liliweri, A. (2014). *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- Lexy J.Moleong. 2005. *Metodologi penelitian kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Littlejohn, S. W. (2011). *Theories of Human Communication. Edisi ke-5*. Belmont-California: Wadsworth.
- Machmud, Muslimin. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Selaras.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Erlangga.
- Miller, K. (2012). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Moleong, L. J. (2014) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, H. F. (2013). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*, Edisi 1, Cetakan 10. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran Cet. 1*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Piliang, Y. A. (2013). *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studie Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Prasetijo & Ihalauw. (2015). *Pelaku Konsumen, Edisi Ke-Satu*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Putri, R. S. (2014). *Gaya Hidup Kaum Urban dalam Iklan 3 (Analisis Semiotika terhadap Iklan Operator Selluler 3 (three) Versi Indie+ "Jadi Orang Gede Menyenangkan, Tapi Susah Dijalani"*.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rosandi, Andika Filona. 2004. *Perbedaan Perilaku Konsumtif antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Atmajaya*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Atmajaya.

- Safitri, D. (2008). *Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Kota Muda Single Bekerja (Studi Deskriptif Di Kalangan Perempuan Bekerja Di Komplek TASBI, Kel. Tanjung Rejo, Kec. Medan Sunggal)*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Samovar, L., Porter, R. & McDaniel, E. R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika
- Segers, R. T. (2000). *Evaluasi Teks Sastra. Terjemahan Suminto A. Sayuti*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusantara.
- Sendjaja, S. D. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, A. (2011). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sobur, A. (2013). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soekanto, S. (2009). *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers,
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2012). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2012). *Komunikasi Massa I*. Bandung: Bina Cipta.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Masalah Sosial Anak*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Suwardi, H. (2012). *Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: LPPM UI.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Tubbs, L. S. dan Sylvia, M. (2013). *Human Communication : Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wibowo. (2011). *Budaya Organisasi: sebuah Kebutuhan Untuk Meningkatkan Kinerja Jangka Panjang*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wiryanto. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Sumber lain :

.(<https://www.nytimes.com/2018/06/23/us/confronting-asian-american-stereotypes.html>) Diakses pada 24 April 2019. Pukul 17.00 Wib

(<https://www.voaindonesia.com/a/film-crazy-rich-asians-promosikan-keragaman-etnis-di-hollywood/4556065.html>) Diakses pada 24 April 2019. Pukul 17.00 Wib

