

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fajri, D. S. (2025). *Dominasi Iklan Sirup di Bulan Ramadan, Marjan Jadi Minuman Terlaris*. Goodstats. https://goodstats.id/article/dominasi-iklan-sirup-di-bulan-ramadhan-marjan-menjadi-minuman-terlaris-7dWC2#google_vignette
- Asdah, A. N., Jufri, J., & Syamsudduha, S. (2020). Analisis Wacana Kritis Iklan Rokok Djarum 76. *INDONESIA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 63. <https://doi.org/10.59562/indonesia.v1i1.13180>
- Baker, P. (2021). Discourse and gender. In *The Bloomsbury Handbook of Discourse Analysis*, Second Edition: Vol. I. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss150>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Cut Medika Zellatifanny. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi the Type of Descriptive Research in Communication Study. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.
- Davidson, H., & Novitasari, D. (2022). *BUDAYA KONSUMERISME DALAM IKLAN SHOPEE VERSI CETAR MEMBAHANA [CULTURE OF CONSUMERISM IN THE SHOPEE ADVERTISING CETAR MEMBAHANA VERSION]*. 16(1).
- Fauzan, U. (2013). Analisis Wacana Kritis Model Fairclough. *Jurnal Pendidik*, 5(2), 1–10.
- Halik. (2024). Pendidikan sebagai Arena Simbolik: Telaah Konseptual Interaksionisme Simbolik George H. Mead. *Jurnal Ilmiah Guru Madrasah*, 3(1), 27–41. <https://doi.org/10.69548/jigm.v3i1.6>
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), 16. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>
- Harmasari, L., Karman, A., Madeamin, S., & Taupiq, T. (2023). Bahasa dan Ideologi Dalam Iklan Skincare Somethinc (Kajian Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough). *Jurnal Dieksis ID*, 3(2), 171–180. <https://doi.org/10.54065/dieksis.3.2.2023.372>
- Ismail, S. (2008). Analisis Wacana Krisis Alternatif Meganalisis Wacana. *Jurnal Bahasa Unimed*, 2. <https://media.neliti.com/media/publications/74626-ID-analisis-wacana-kritis-alternatif-mengan.pdf>
- Junaid Ansari, D. (2022). Consumers ' Religio -Spiritual Insights in Ramadhan Advertisements. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 12(2), 101–114.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P.,

- Marlina, H., Merung, Y. A., & Nufus, H. (n.d.). *PERILAKU KONSUMEN (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*.
- Kuswandi, D., Sari, A. L., Wiranto, E., Adiyanto, Y., & Sutira, A. (2023). Pengaruh Ramadan Terhadap Perilaku Pengeluaran Keluarga Di Indonesia: Studi Kasus Pada Keluarga Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 613–627. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2993>
- Laksmi. (2017). Teori Interaksionisme Simbolik dalam. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 121–138.
- Latif, T., & Arslan, M. F. (2024). *CULTURE IN PAKISTANI TELEVISION ADVERTISEMENTS : A CRITICAL*. 7(4), 813–835.
- Luluk Kamalia, A., & Hudiono, Y. (2025). Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough pada Teks Berita Online (ASN Batal Pindah ke IKN Januari 2025). *Jurnal Pembelajaran Dan Ilmu Pendidikan*, 4(4), 472–478. <https://doi.org/10.28926/jpip.v4i4.1861>
- Muhammad Anang Firmansyah. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). Cv Budi Utama, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Muliyah, P. (2020). ANALISIS PENGARUH IKLAN DI MEDIA SOSIAL DAN JENIS MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI YOGYAKARTA Nuning. *Journal GEEJ*, 7(2), 104–121.
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>
- Purba, A., Rahmadani, P., & Sari, S. (2024). Analisis Wacana Kritis Fairclough Dalam Teks Iklan Sprite 2024. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2185–2191. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3158>
- Puspita, Y. H., Hartanto, J., Rewindinar, Lfrin, A. Y., & Marta, R. F. (2020). Telaah Wacana Imperialisme Budaya Tokusatsu Jepang melalui Iklan Marjan Versi Wayang Golek. *Komunikatif*, 9(1), 114–133. <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/2624>
- Rachmawati, I. N. (2007). Data Collection in Qualitative Research: Interviews. *Indonesian Journal of Nursing*, 11(1), 35–40.
- Rahmawati, D. (2025). *Gila! Budget Ratusan Miliar? Iklan Marjan 2025 Viral, Mirip Film Blockbuster Hollywood*. 6. https://www.kompasiana.com/princemontecarlo1096/67a64b5d34777c67e821d962/gila-budget-ratusan-miliar-iklan-marjan-2025-viral-mirip-film-blockbuster-hollywood?page=2&page_images=1
- Rizki, P. M., Agustin, N. S., Rahmawati, Z., Sununianti, V. V., & Kurniawan, D. A. (2024). Analisis Wacana Kritis terhadap Representasi Gender dalam Iklan

- Elektronik di Era Globalisasi. *Jurnal Wanita Dan Keluarga*, 5(2), 202–227. <https://doi.org/10.22146/jwk.18045>
- Sari, K., & Pratama, A. I. (2021). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying Behavior (Case Study on Mentos Products). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 5. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v1i1.1874>
- Sebastian, A., & Yuwono, A. T. (2025). Pengaruh Iklan Media Sosial terhadap Konsumerisme Remaja di Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. *Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 316–332.
- Siregar, N. S. S. (2022). Hambatan Tentang Komunikasi Lintas Budaya, Jurnal ilmu sosial fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area. *Perspektif*, 1(2), 100–110.
- Soraya, S. (2020). Pola Konsumsi Pemuda Perkotaan Pada Penggunaan Transaksi Dompot Digital (E-Wallet) Di Kota Jakarta Selatan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57165>
- Thadi, R., Novaldi, R. A., & Fitria, R. (2019). Commodification of religion and culture on television advertising. *Multicultural Education*, 5(1), 109–116. <http://ijdri.com/me/wp-content/uploads/2019/11.pdf>
- Widya Larasati, A. B. P. S. (2025). PENGELUARAN UNTUK KONSUMSI PENDUDUK INDONESIA MARET 2025. *BPS-Statistics Indonesia*, 29.
- Wodak, R. (2012). Critical Discourse. *Encyclopedia of the Sciences of Learning*, April, 846–846. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6_2104
- Xing, Y. (2024). An exposition based on Fairclough's three-dimensional modeling. *Lecture Notes on Language and Literature*, 7(4), 181–184. <https://doi.org/10.23977/langl.2024.070426>
- Yasa, I. N. (2021). Teori Analisis Wacana Kritis. In *Pustaka Larasan* (Issue December 2021). <https://www.researchgate.net/publication/370214785%0Ahttps://123dok.com/article/teori-analisis-wacana-kritis-nourman-fairclough.dzx1gkdy>