

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. and J. Craig, Andrews. 2013. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning. All Rights Reserved.
- Abrams, M.H. 1971. *The Mirror and The Lamp: Romantic Theory and The Critical Tradition*. USA: Oxford University Press.
- Adhiguna, Jovi. 2018. *Uncommon Way*. Jakarta: Romancious
- Agustang, Andi Tenri Pada, Muh. Said, dan Rusman Rasyid. 2015. *Perkembangan Peran Jender Dalam Prespektif Teori Androgini. Jurnal. Dipresentasikan pada Seminar Nasional Revolusi Mental dan Kemandirian Bangsa Melalui Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial dalam Menghadapi MEA (28-29 November): 1-8*
- Ali, Dini & Rachmawati. 2018. *Analisis Personal Branding Selebgram Nonselebriti Akun Instagram@Lippielust*. Bandung : Universitas Telkom
- Amri. M. Choirul. 2017. *Fenomena Selebgram Sebagai Media Promosi Prodk Berdasarkan Gaya Hidup*. Jakarta: PPM Graduate School of management
- Anindya, Annisa. 2016. *Gender Fluid dan Identitas Androgini dalam Media Sosial*. TINGKAP Vol XII No. 2
- Ardianto, E. &. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*: Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asih, Ratnaning. 2009. *Pria (dan) Androgini (Representasi Androgini Pada Karakter Pria dalam Film Nagabonar Jadi 2)*. (Skripsi). Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Baran, Stanley. J dan Dennis. K. Davis. 2012. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. USA: Wadsworth.
- Barnard, Malcolm 2002. *Fashion As Communication*. London: Routledge
- Belch, George E, dan Belch, Michael A. 2004. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*. Sixth Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Bem, S. L., & Lewis, S. A. 1975. *Sex role adaptability: One consequence of psychological androgyny*. Journal of Personality and Social Psychology, 31(4), 634-643
- Bungin, B. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra

- Butler, P.Judith.1990. *Gender Trouble (Feminism and The Subversion of Identity)*. London : Routledge
- _____. 1993. *Bodies that matter: On the discursive limits of sex*. London: Routledge.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Erickson-Schroth, L. 2014. *Trans bodies, trans selves: a resource for the transgender community*.Oxford: Oxford University Press, USA.
- Fakih, M. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farida, Hana. 2016. *Meneropong Gender Melalui Kacamata Genderless : Sebuah Pembacaan Butlerian Terhadap Ancillary Justice Karya Ann Leckie*.Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada. Jurnal Poetika No. IV no.1, Juli.
- Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer (terj. Asma Bey Wahyuddin)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Flew, Terry.2008. *An Introduction to New Media*. Oxford : Oxford University Press
- Foucault, M. 1990. *The History of Sexuality: An Introduction*. Vol. 1. New York: Vintage Books
- Gauntlett, David. 2008. *Media, Gender and Identity: An Introduction*, 2nd Ed.New York: Routledge.
- Goenawan, Felicia. 2007. *Media, Teknologi dan Masyarakat Gender & Website*. Jurnal ilmiah scriptura, vol. 1 No. 2.
- Hadi,Lesmana dan Pradika. 2017. *Star Studies terhadap Kontruksi Image Androgynous Youtuber Jovi Adhiguna Hunter*. Surabaya : Universitas Kristen Surabaya
- Hall, Stuart. 2005. *Encoding/Decoding (dalam Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979. Dorothy Hobson, Andrew Lowe dan Paul Willis [ed])*. London: Routledge (diterbitkan pertama kali tahun 1980).
- Hanifa, Atika Fitri. 2017. *Resepsi Pesan Lingkungan dalam Iklan Media Baru (Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Lingkungan dalam Iklan Unilever Berjudul“Why Bring A Child Into This World?”)* Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada
- Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hastjarjo, Sri. 2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Lindu Pustaka
- Helsper, E. dan Eynon, R.2009.*Digital natives: where is the evidence*.Britisheducational research journal. pp. 1-18
- Hermana, Mochamad & Listiani, Endri. 2017. *Membangun Personal Branding Melalui Media Sosial InstagramBuild Personal Branding Through Social Media Instagram* .Bandung : Universitas Islam Bandung

- Hermawan, Ferry Fauzi dkk .2015. *Performativitas dan Heteronormativitas dalam cerita Pendek Lipstik Dalam Tas Doni Karya Ratna Indraswari Ibrahim (Peformativity and Heteronormativity in Short Story "Lipstik dalam Tas Doni" by Ratna Idraswari Ibrahim)* Bandung :ITB
- Ida, Rachmah. 2016. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana
- Idrus, M. 2009. *Metode penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.
- Jansen, Klaus Brhun. 1999. *Media Audiences. Reception Analysis; mass communication as the social production of meaning*. Dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W Jankowski. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- _____. 2002. *A Handbook of Media and Communication Research, Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge
- Junus, Umar. 1985. *Resepsi Sastra*. Jakarta: Gramedia.
- Kessler, Suzanne J & McKenna, Wendy. 1987. *Gender, an Ethnomethodological Approach*. Chicago: The University Chicago Press.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Prentice Hall International: New Jersey.
- Lindlof, Thomas R and Bryan C. Taylor. 2002. *Qualitative Communication Research Methods. 2nd Edition*. London: Sage Publications.
- Lips, Hilary M., 1993, *Sex & Gender an Introduction*. California, London, Toronto: Mayfield Publisng Company.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Lievrouw, Leah dan Livingstone, Sonia. 2006. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London: Sage Publications Ltd.
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- McLuhan, Marshall dan Barrington Nevitt. 1972. *Take Today: The Excecutive as Dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- McQuail, Dennis. 1997. *Audience Analysis*. USA: Sage Publications.
- _____. 2005. *Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication, Ltd.
- Mefita, Silvi & Yulianto, Much 2018. *Fenomena Gaya Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin)*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Montoya & Tim Vandehey. 2008. *The Brand Called You*. McGraw-Hill Professional

- Morrison. 2014. *Teori Komunikasi Dari Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Mussen, Paul Henry. et. al., 1990, *Child Development and Personality*. New York: Harper Collins Publishers.
- Naab, Teresa K., & Schnauber, Anna. 2014. *Habitual Initiation of Media Use and a Response-Frequency Measure for Its Examination*. Media Psychology 1,(1).
- Nasrullah, Rulli, 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- _____. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Cetakan ke-3. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, Uswatun. 2017. *Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com*. Jurnal Komunikasi Global Volume 6, Nomor 1.
- Novita, Elsy. 2018. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Selebgram Androgini di Instagram (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU Terhadap Selebgram Androgini di Instagram)*. (Skripsi). Medan: Universitas Sumatera Utara. <http://repository.usu.ac.id>
- Oktasari, Rettria. 2016. *Analisis Resepsi terhadap personal branding Raditya Dika dalam RVLOG (Raditya Dika Vlog) melalui channel Youtube Raditya Dika*. (Thesis). Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada
- Peter Montoya, T. V. 2002. *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated.
- Prensky, March. 2001. *Digital Native, Digital Immigrants*. Journal From On The Horizon MCB University Press, Vol.9 No. 5
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Rampersad, Hubert K. 2008. *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power Of Brands: Teknik mengolah Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merk + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rastati, Rani. 2018. *Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta (Media Literacy for Digital Natives: Perspective on Generation Z in Jakarta)* Jakarta : PPKK LIPI. Jurnal Teknologi Pendidikan Vol: 06/01 Juni 2018/hal: 01 – 106

- Rubin, Gayle .1994. *Thinking Sex : Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality*”, dalam *Pleasure and Danger : Exploring Female Sexuality*, Carol SVance (ed), Roudlegde, UK
- Setyorini, Ari. 2011. *Performativitas Gender dan Seksualitas Dalam Weblog Lesbian di Indonesia*. Surabaya : FKIP Universitas Muhammadiyah Surabaya. Kawistara Vol 1.No 2, Agustus.
- Shimp, T. 2003. *Periklanan Promosi Aspek-Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sonwalkar, J., Manohar K., and Pathak A. 2011. *Celebrity Impact- A model of Celebrity Endorsement*, Journal of Marketing and Communication, Vol.7,issue 1.
- Street, John. 2001. *Mass Media, Politics and Society*. New York: Palgrave
- _____. 2008. *Cultural Studies dan Kajian Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Supratman, Lucy. 2018. *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Bandung : universitas Telkom. Email: doktorlucysupratman@gmail.com)
- Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Tulgan, B. 2009. *Not Everyone Gets A Trophy: How To Manage Generation Y*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- UNESCO. 2013. *Empowering Youth Through National Youth Policy*. Paris: UNESCO. (Dalam Afra Suci Ramadhan A. Kebijakan Anak Muda di Indonesia: Mengaktifkan Peran Anak Muda).
- Wibawa, Yohanes Erik. 2014. *Performativitas Gender dalam Film The Kids Are All Right Karya Lisa Cholodenko*. Semarang: Universitas Diponegoro

Online :

1. <https://tirto.id/fesyen-gen-z-minggir-seleb-teve-selebgram-panutan-kami-ctPP> diakses pada 8 Agustus 2019 pukul 16. 30
2. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170406084102-277-205330/survei-Instagram-media-sosial-paling-narsis> diakses pada 8 agustus 2019 pukul 10.20
3. <http://www.tribunnews.com/techno/2016/015/mayoritas-pengguna-aktif-Instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda> diakses pada 13 Agustus 2019 pukul 11.25
4. <https://www.brilio.net/selebritis/jovi-adhiguna-ikon-gaya-androgyny-yang-mulai-suka-fashion-sejak-sd-1802233.html> diakses pada 15 agustus 2019 pukul 10.56

5. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/010340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada 8 September 2019 pukul 14.20
6. [https://oumagz.com/outlook/genderless-fashion -ketika-batas-antara-maskulin-dan-feminin-menjadi-bias/](https://oumagz.com/outlook/genderless-fashion-ketika-batas-antara-maskulin-dan-feminin-menjadi-bias/) diakses pada 23 September 2019 pukul 16.40
7. [https://www.brilio.net/selebritis/jovi-adhiguna-ikon-gaya-androgyny-yang-mulai-suka-fashion -sejak-sd-1802233.html](https://www.brilio.net/selebritis/jovi-adhiguna-ikon-gaya-androgyny-yang-mulai-suka-fashion-sejak-sd-1802233.html) diakses pada 24 September 2019 pukul 14.23
8. <https://woop.id/article/jovi-adhiguna-aku-nggak-ngerti-kenapa-seseorang-bisa-sangat-membenci-orang-lain-di-sosial-media.html> diakses pada 28 September pukul 12.20
9. [https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/bfa2019-jovi-adhiguna-alpha-bagi-tips-menjaga-algoritma-Instagram /full](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/bfa2019-jovi-adhiguna-alpha-bagi-tips-menjaga-algoritma-Instagram/full) diakses pada 30 September pukul 10.25
10. [https://docplayer.info/12233240-Identitas-crossdresser-dalam-akun-Instagram -jovi-adhiguna-hunter-oleh-firdha-amalia-b.html](https://docplayer.info/12233240-Identitas-crossdresser-dalam-akun-Instagram-jovi-adhiguna-hunter-oleh-firdha-amalia-b.html) diakses pada 4 Oktober pukul 11.35
11. <https://www.popbela.com/relationship/single/megadini/beautyfest-asia-jovi-adhiguna/full> diakses pada 6 Oktober pukul 11.43
12. [https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/bfa2019-jovi-adhiguna-alpha-bagi-tips-menjaga-algoritma-Instagram /full](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/bfa2019-jovi-adhiguna-alpha-bagi-tips-menjaga-algoritma-Instagram/full) diakses pada 6 Oktober pukul 14.40