

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Yasmine. (2019). Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia. Diakses dari <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia> pada tanggal 01 September 2020.
- Ahn, Jong-hoo dkk. (2013). *Korean Pop Takes Off! Social Media Strategy of Korean Entertainment Industry*. International Conference on Service Systems and Service Management.
- Ahn, Patty. (2017). *Youtube is Taking K-pop Global*. Diakses dari <https://www.flowjournal.org/2017/11/youtube-is-taking-k-pop-global/> pada tanggal 01 September 2020.
- Arif Gunawan. (2019). Data Statistik YouTube yang Jarang Orang Tahu. Diakses dari <https://jabar.idntimes.com/hype/fun-fact/arifgunawan/statistik-mencengangkan-soal-youtube-regional-jabar/7> pada tanggal 01 September 2020.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arluke, Arnold (1988). "Sacrificial Symbolism in Animal Experimentation: Object or Pet?". *Anthrozoös: Jurnal Interaksi Manusia dan Hewan*. 2 (2): 98–117.
- Astuti, Pratiwi T. (2016). Penerimaan Penggemar K-Pop Terhadap Gambaran Pria *Soft Masculine Boyband* EXO di *Music Video (MV) "Miracle in December"*. Diakses dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4888n> pada tanggal 30 September 2020.
- Auli, Merita. (2017). Dominasi Perempuan dalam Iklan Televisi: Stereotip Gender dalam Iklan Televisi pada SCTV. *Jurnal Analisis Sosial Politik* Vol. 1, No. 2, Desember 2017.
- Bakry, Umar. (2011). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Global & Strategis*, Th. 11, No. 1

- Cha, Hyunhee. (2017). "A Study on K-Pop Strategy: Focused on Digital Music Environment and Social Media". International Information Institute. 17: 911–917.
- Chau, Clement. (2010). *YouTube as a Participatory Culture*. New Directions for Youth Development 2010 (128): 65-74.
- Choi, Seong Cheol dkk (2014). "South Korean Culture Goes Latin America: Social network analysis of Kpop Tweets in Mexico". International Journal of Contents. 10 (1): 36–42.
- CNN Indonesia. (2018). Dominasi KPop di Jagad Twitter Indonesia Sepanjang 2018. Tersedia di <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181205185357-185-351437/dominasi-kpop-di-jagad-twitter-indonesia-sepanjang-2018>. Diakses pada tanggal 08 Oktober 2019.
- Dredge, Stuart. (2016). *Why are YouTube Stars so Popular?*. Diakses dari <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella> pada tanggal 01 September 2020.
- DW. (2020). Pelecehan Online terhadap Perempuan Mendorong Mereka Keluar dari Medsos. Diakses dari <https://www.dw.com/id/kasus-pelecehan-terhadap-perempuan-secara-online/a-55170629> pada tanggal 25 Oktober 2020.
- Eldridge, J, Kitzinger, J, Williams, K (1997). *The Mass Media and Power in Modern Britain*. Oxford University Press: Oxford.
- Faulkner, W. (2009). *Doing Gender in Engineering Workplace Cultures: Part II—Gender In/Authenticity and the In/Visibility Paradox*. Engineering Studies, 1 (3), 169-189.
- Gruger, William. (2012). *PSY's 'Gangnam Style' Video Hits 1 Billion Views, Unprecedented Milestone*. Diakses dari <https://www.billboard.com/articles//1483733/psys-gangnam-style-video-hits-1-billion-views-unprecedented-milestone> pada tanggal 01 September 2020
- Hanum, Farida. (2018). *Kajian dan Dinamika Gender*. Malang: Intrans Publishing.

- Jayani, Hadya D. (2019). Berapa Pengguna Internet di Indonesia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> pada tanggal 01 September 2020.
- Jerslev, Anne (2016). *In the Time of the Microcelebrity: Celebrification the YouTuber Zoella*". International Journal of Communication. 10 (2016): 5233–5251.
- JungBong, Choi (2014). *K-pop - The International Rise of the Korean Music Industry*. Maliangkay, Roald. Hoboken: Taylor and Francis. pp. 66–80.
- Kemala, Anizza. (2018). Globalisasi Industri Hiburan Jepang dan Korea: Pengaruh Terhadap Perspektif Publik Antar Negara. Global: Jurnal Politik Internasional Vol. 20 No. 2. Hlm.201 -222.
- Kinengar, Indy. (2015). Fenomena Gerakan Feminisme di Media Sosial. Diakses dari <https://www.liputan6.com/teknoread/2180102/fenomena-gerakan-feminisme-di-media-sosial> pada tanggal 25 Oktober 2020.
- Kozinets, R. (2002). *The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*. Journal of marketing research 39 (1), 61-72
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. New York: Sage Publications.
- Langton, Rae. (2009). *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification, 1st Edition*. Oxford: Oxford University Press. pp. 228–229
- Laurie, Timothy. (2016). *Toward a Gendered Aesthetics of K-Pop*. Global Glam and Popular Music : Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s: 214–231.
- Lin, Xi & Robert Rudolf. (2017). *Does K-pop Reinforce Gender Inequalities? Empirical Evidence from a New Data Set*. Journal : Asian Women Volume 33 No. 4, Desember 2017.
- Lippa, R. A. (2005). *Gender, Nature, and Nurture*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Marzuki. (2007). Kajian Awal Tentang Teori-Teori Gender. Jurnal Civics, Vol. 4, No. 2, Desember 2007.
- Minyun, Millah. (2019). 9 K-Pop Influencer Indonesia Ini Nambah Wawasan Budaya Populer Korea. Diakses dari <https://www.brilio.net/creator/9-k-pop-influencer->

indonesia-ini-nambah-wawasan-budaya-populer-korea-a396ec.html pada tanggal 13 September 2020.

- Muktaf, Zein M. (2013). Citra Feminin Dalam Video Musik Teen Top. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Volume 4 No. 1*, Februari – Juli 2013
- Nasution, S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novi, Kurnia. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 8, Nomor 1*, Juli 2004.
- Nurmala, Noviyanti. (2018). Menyingkap Sejarah dan Rahasia Sukses *Korean-Wave*. Diakses dari <https://kumparan.com/noviyantinurmala1519197736585/menyingkap-sejarah-dan-rahasia-sukses-korean-wave> pada tanggal 13 November 2019.
- Nussbaum, Martha. (1995). *Objectification. Philosophy and Public Affairs*, 24(4): 249–291.
- Nussbaum, Martha. (1999) *Sex and Social Justice*. Oxford: Oxford University Press.
- Nye, Joseph. (2013). *South Korea's Growing Soft Power*. Diakses dari <https://www.belfercenter.org/publication/south-koreas-growing-soft-power> pada tanggal 01 September 2020.
- Papadaki, E. (2010). *Feminist Perspectives on Objectification*. Diakses dari <https://plato.stanford.edu/entries/feminism-objectification> pada tanggal 12 Oktober 2020
- Passport to Korean Culture. (2010). *Korean Culture and Information Service*. Ministry of Culture, Sports and Tourism , Seoul, Republic of Korea. hlm. 46–53.
- Prismatika, Widia. (2018). "Rahim Anget" karena Jojo: Pelecehan Seksual atau Bukan. Diakses dari <https://tirto.id/rahim-anget-karena-jojo-pelecehan-seksual-atau-bukan-cVVs> pada tanggal 31 Januari 2021.

- Rakhmat, M & D Tarahita (2020). *K-Pop Wave Storms Indonesia*. Diakses dari <https://theaseanpost.com/article/k-pop-wave-storms-indonesia> pada tanggal 01 September 2020.
- Ri'aeni, Ida dkk. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. *Journal Communications* Vol. 1 No. 1 Januari 2019.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi - Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saguni, Fatimah. (2014). Pemberian Stereotype Gender. *Jurnal Sosiologi*: Vol. 6 No. 2 Desember 2014 : 195-224
- Santoso, Widjajanti. (2008). Femininitas dan Kekuasaan. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Volume 10 No. 1 Tahun 2008.
- Setiawan, Rudy. (2013). Kekuatan *New Media* dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. *Journal Ilmu Komunikasi*, 2013, 1 (2): 355-374
- Sitompul, Irene & Francis Lydia. *Hallyu Effect*. *Journal of International Relations*, Volume 6, Nomor 2, 2020, hal 267-277.
- Skelton, Eric. (2018). *The Fascinating Rise of YouTube Music Reaction Videos*. Diakses dari <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2018/01/youtube-music-reaction-videos-rise-science-understanding> pada tanggal 06 Desember 2020.
- So-hee, Kim. (2017). *The \$4.7 Billion K-Pop Industry Chases Its 'Michael Jackson Moment*. Diakses dari <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-08-22/the-4-7-billion-k-pop-industry-chases-its-michael-jackson-moment> pada tanggal 12 September 2020.
- Song, Cheol-min (2016). *K-pop Beyond Asia*. Korea: 길잡이미디어. pp. 37-46.
- Stefanie, Christie. (2020). Titik Balik Dunia Musik, Kini Musisi Barat Makin Lirik K-pop. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200911104434-227-545245/titik->

balik-dunia-musik-kini-musisi-barat-makin-lirik-k-pop pada tanggal 25 Oktober 2020.

- Suryani, Ni Putu E. (2014). *K-Wave* sebagai Instrumen *Soft Power* untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *GLOBAL* Vol. 16 No. 1 Mei 2014.
- Utami, Lusia S. (2015). Eksploitasi Seksualitas dalam Koreografi di *Korean Pop Music Video* (Studi Semiotika pada ‘Marionette’ DAN ‘A.D.T.O.Y’). Diakses dari <http://repository.untar.ac.id/427/1/1978-4298-1-PB.pdf> pada tanggal 30 September 2020.
- Valentina, Annisa & Ratna Istriyani. (2013). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Volume 2 No.2, November 2013.
- Wardani, Dimas Putra. (2018). Representasi Sensualitas Perempuan dalam *Music Video Girlband Stellar* yang Berjudul “*Sting*” dan “*Crying*”. Diakses dari [http://repository.unair.ac.id/76389/1/ABSTRAK\\_Fis.K.70%2018%20War%20Or.pdf](http://repository.unair.ac.id/76389/1/ABSTRAK_Fis.K.70%2018%20War%20Or.pdf) pada tanggal 28 September 2020
- Wardani, P. (2018). Budaya Partisipasi di Kalangan Vlogger. Skripsi. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Waskita, Muhammad. (2018). Pemaknaan Khalayak terhadap Video-Video Reza Oktovian di Jejaring Sosial *Youtube*. Skripsi. FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yuniar, Nanien. (2019). Jumlah Penggemar "*Hallyu*" di Dunia Meningkat, Salah Satunya Berkat BTS. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/786152/jumlah-penggemar-hallyu-di-dunia-meningkat-salah-satunya-berkat-bts> pada tanggal 08 Oktober 2019.
- Yusanta, Dita Anggrahinita. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Journal of Gender Studies Kafa'ah Journal*, 9 (2), 2019, (205-212).