

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. N., 2018. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*. Klaten: Unikal Press Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia.
- Al-Hadad, M. M., 2017. *Stereotip Gender: Penggambaran Male Pageant Pada Media Sosial Instagram*. Bekasi: President University.
- Anderson, K. E., 2020. *Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok*. Library Hi Tech News.
- Berg, K. E. & Latin, R. W., 2008. *Essentials of Research Methods in Health, Physical Education, Exercise Science and Recreation (3rd ed.)*. Philadelphia: Lippincott, Williams & Wilkins.
- Boellstorff, T., 2003. *Dubbing culture: Indonesian gay and lesbi subjectivities and ethnography in an already globalized world*. American Ethnologist, 30(2), p. 225-242.
- Bogdan, R. C. & Biklen, S. K., 2007. *Qualitative Research for Education (5th ed.)*. Boston: Allyn and Bacon.
- Butler, J., 1988. *Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory*. Theatre journal, 40(4), p. 519-531.
- Butler, J., 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Amerika Serikat: Routledge.
- Consalvo, M. & Ess, C., 2011. *The handbook of internet studies*. John Wiley & Sons, 14. P. 94-99
- Cultureshop., 2015. *The Rise of Micro-celebrity: Why Brands Should Tap Into This Cultural Phenomenon*.
- David, M. & Sutton C. D., 2004. *Social Research: The Basics*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dwiatmaja, A. R. & Perbawani, P. S., 2021. *Endorser Laki-Laki Produk Kosmetik Perempuan Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak*. Jurnal Komunikasi, 15(2), p. 79-90.
- Fathinah, E., Priyatna, A., & Adji, M., 2017. *Maskulinitas Baru Dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House Dan Tonymoly*. Patanjala, 9(2).
- Foong, L. S. & Yazdanifard, R., 2014. *Celebrity Endorsement as a Marketing Tool*. Global Journal of Management and Business Research, 14 (4).
- Gerlitz, C. & Helmond, A., 2013. *The Like Economy: Social Buttons And The Data-Intensive Web*. New Media & Society, 15(8), p. 1348-1365.
- Gill, R., 2003. *From sexual objectification to sexual subjectification: The resexualisation of women's bodies in the media*. Feminist Media Studies, 3(1), p. 100-106.
- Gimlin, D., 2000. *Cosmetic surgery: Beauty as commodity*. Qualitative Sociology, 23(1), p. 77-98.



- Hadiani, S. N. & Balqis, P., 2020. *Representasi Maskulinitas dan Tubuh Lelaki Ideal dalam Iklan Susu L-Men*. Jurnal Audiens, 1(2), p. 221-228.
- Hadiputri, C. & Junaidi, A., 2019. *Pembentukan Konsep Diri Beauty Vlogger Laki-Laki Dalam Instagram*. Jakarta: Jurnal Koneksi, 2(2), p. 261-268.
- Handy, M. & Wijaya, D., 2020. *Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok)*. Surabaya: AL-Mada Jurnal Agama, Sosial dan Budaya, 3(2), p. 170–192.
- Haryanto, N., 2017. *Konstruksi Identitas Gender Beauty Vlogger Laki-laki pada Youtube*. Surabaya: Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Available at: http://repository.unair.ac.id/69243/3/JURNAL_Fis.K.11%2018%20Har%20k.pdf [Accessed 5 Agustus 2020].
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U., 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), p. 70-80.
- Hestianingsih., 2017. *Tren pria jadi model produk kosmetik, bentuk kebebasan berekspresi?*. Available at : <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-3388795/tren-pria-jadi-model-produk-kosmetik-bentuk-kebebasan-berekspresi> [Accessed 25 Agustus 2021]
- Ismujihastuti, R. G. D. & Mahadian, A. B., 2015. *Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa (Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Sampul Album Raisa Andriana)*. Jurnal e-Proceedings of Management, 2(1).
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), p. 59-68.
- Katadata, 2020. *Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Bukan yang Pertama*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/negara-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-bukan-yang-pertama/> [Accessed 4 Januari 2021].
- Katadata, 2020. *Pengguna Paling Banyak Menonton Video Kategori Hiburan di TikTok per Juni 2020*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/11/pengguna-paling-banyak-menonton-video-kategori-hiburan-di-tiktok/> [Accessed 4 Januari 2021].
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S. B., 2018. *Komunikasi visual: fantasi tubuh wanita kelas menengah di Instagram*. Jurnal Kajian Komunikasi, 6(2), p. 231-246.
- Kesuma, S. & Tamburian, D., 2021. *Resepsi Remaja terhadap Konten@ BotakTikTok di Media Sosial TikTok*. Jakarta: Jurnal Koneksi. 5(1), p. 182-186.
- Krisnawati, E. 2016. *Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram: Masih Adakah?* Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK), 13(2), p. 179-200.
- Kriyantono, R., 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.



Kontenesia., 2018. *Apa Itu Caption Instagram*. Available at: <https://kontenesia.com/apa-itu-caption-instagram/> [Accessed 21 Agustus 2021].

Kusuma, Y., 2009. *Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter*. Jakarta: Grasindo.

Larasati, P. K. P., 2021. *Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital*. Denpasar: Seminar Nasional Desain, 1, p. 126-133.

Lase, F. J. 2020. Penggambaran Perempuan di Majalah Populer 1988-2018. Available at: <https://doi.org/10.24002/jik.v17i1.1725> [Accessed 27 Agustus 2021]

Laughey, D. 2010. *Media Studies: Theories and Approaches*. London. London: Oldcastle Book.

Lee, Y. L., Jung, M., Nathan, R. J., & Chung, J. E., 2020. *Cross-national study on the perception of the Korean wave and cultural hybridity in Indonesia and Malaysia using discourse on social media*. Sustainability, 12(15). Available at: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/15/6072> [Accessed 26 Agustus 2021]

Leiliyanti, E. (2003). *Konstruksi identitas perempuan dalam majalah Cosmopolitan*. Surabaya: Jurnal Perempuan, 28.

Lestari, V., Nugraheni, Y., & Krisdinanto, N., 2019. *Kampanye Berujung Paradoks (Bias Gender dalam Corporate Advertising # Lovelife Karena Aku Perempuan Indonesia)*. Surabaya: Jurnal Komunikatif, 8(1), p. 23.

Lu, X. & Lu, Z., 2019. *Fifteen seconds of fame: A qualitative study of Douyin, a short video sharing mobile application in China*. Swiss: International Conference On Human-Computer Interaction, p. 233-244.

Lukartono, C. D., Lesmana, F., & Wahjudianata, M., 2020. *Star Studies Terhadap Beauty Vlogger Cinderella*. Surabaya: Jurnal e-Komunikasi, 8(2).

Lune, H. & Berg, B. L., 2016. *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson Higher Ed.

Luvita, P.S., 2014. *Focusing on Judith Butler's Performativity*. Available at: https://www.academia.edu/10780463/Focusing_on_Judith_Butlers_Performativity [Accessed 30 Agustus 2021]

Maliangkay, R., 2013. *Catering to the female gaze: The semiotics of masculinity in Korean advertising*. Situations, 7(1), p. 43-61.

Marwick, A. & Boyd, D., 2011. *To See And Be Seen: Celebrity Practice On Twitter*. Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies, 17(2), p. 139-158.

Marwick, A., 2013. *Status Update: celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven: Yale University Press



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Performa Identitas Gender Pada Konten Male Beauty Creator Andreas Lukita Di Tiktok
DIAH AYU GANDASARI, Sidiq Hari Madya, S.Sos., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Massie, A., 2020. *Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)*. Bandung: Universitas Padjadjaran. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3633854 [Accessed 25 Agustus 2021]

Meifitri, M., 2020. *Fenomena “Influencer” Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi “Zoomer”*. Jakarta: Journal of Communication Studies, 2(2), p. 84-96.

Nabila, A. F., & Surwati, C. H. D., 2021. *Representasi Lgbtq Dalam Film Animasi Disney*. Solo: Jurnal Komunikasi Masyarakat.

Olong, H. A. K., 2006. *Tato*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.

Omar, B. & Dequan, W., 2020. *Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage*. International Association of Online Engineering, p. 121-137.

Piliang, Y.A., 2004. *Posrealitas Realitas Budaya dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.

Pradika, G. J., 2017. *Star Studies terhadap Kontruksi Image Androgynous YouTuber “Jovi Adhiguna Hunter”*. Jurnal e-Komunikasi, 5(2).

Pratiwi, A., 2018. *Konstruksi realitas dan media massa (Analisis framing pemberitaan LGBT di Republika dan BBC News model Robert N. Entman)*. Yogyakarta: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam, 19(1), p. 50-71.

Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Hafiar, H., 2017. *Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia*. Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi), 3(2).

Rideout, M. A., VJ, F. P. D. UG, & Roberts Ph. D., D.F., 2010. *Generation M2: Media in the Lives of 8 to 18 Year-Olds*. The Henry J. Kaiser Family Foundation, p. 1-79.

Ritzer, G., 2014. *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books Ltd.

Rokhman, M. M., 2014. *Kode Etik Penelitian: Etika dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Alat Penelitian*. Malang : Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.

Ruyadi, Y. & Anggraeni, L., 2020. *Alpha Makeup, Endi Feng, dan Jovi Adhiguna sebagai Tren Baru Konstruksi Gender Laki-Laki di Indonesia*. Bandung: Sosieta, 10(1), p. 808-816.

Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I., 2021. *Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial*. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), p. 1-9.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Performa Identitas Gender Pada Konten Male Beauty Creator Andreas Lukita Di Tiktok
DIAH AYU GANDASARI, Sidiq Hari Madya, S.Sos., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Sanders, C. & Vail, D. A., 2009. *Customizing The Body: The Art And Culture Of Tattooing*. Temple University Press.

Santoso, A., 2017. *Interaksi Sosial Kaum Gay Dalam Membangun Eksistensi (Studi Tindakan Komunikasi Habermas)*. Jakarta: Jurnal Komunikasi Stikom Prosia, 12(1).

Sari, F. K., 2018. *Ria Sw Dan Arief Muhammad Vlog Sebagai Medium Diseminasi Informasi Dan Kreativitas*. Jurnal Pustaka Ilmiah, 4(1), p. 532-539.

Setyawan, A., 2021. *Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok*. Jakarta: Jurnal Risenologi, 6(1), p. 86-95.

Sihombing, H. L. S. & Rakhmad, W. N., 2019. *Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita*. Semarang: Jurnal Interaksi Online, 7(4), p. 350-360.

Song, K. Y. & Velding, V., 2020. *Transnational Masculinity in the Eyes of Local Beholders? Young Americans' Perception of K-Pop Masculinities*. The Journal of Men's Studies, 28(1), p. 3–21. Available at: <https://doi.org/10.1177/1060826519838869> [Accessed 26 Agustus 2021]

Sunderland, J. & Litosseliti, L., 2002. *Gender identity and discourse analysis: Theoretical and empirical considerations*. Gender Identity And Discourse Analysis, 2, p. 1-39.

Susilowati, 2019. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe)*. Jakarta: Jurnal Komunikasi, 9(2).

Sutriono, S., & Haryatmoko, H., 2018. *Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna, 14(2), p. 99-119.

Suwarno, W., 2016. *Dialog Dua Konsep: Ilmu Perpustakaan Dan Queer Theory Untuk Move On Keilmuan*. Yogyakarta : On Science Mapping And The Development Of Science Gadjah Mada University, 17.

Tan, Y., Shaw, P., Cheng, H., & Kim, K. K., 2013. *The Construction of Masculinity: A Cross Cultural Analysis of Men's Lifestyle Magazine Advertisements*. New York: Sex Roles Springer Science+Business Media, 69(5-6), p. 237–249.

Tanjung, S., 2012. *Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia*. Jurnal Komunikasi, 6(2), p. 91-104.

Thalia, R. P. & Franzia, E., 2018. *Desain Cover Majalah Cosmogirl Indonesia*. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, 3(1), p. 15-30.

Utami, M. N., 2019. *Kejahatan Peretasan (Hacking) Dan Pemerasan 3000 Website Di 44 Negara Oleh Surabaya Black Hat Dihubungkan Dengan Uu No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Teknologi Dan Elektronik (Ite)*. Bandung: Universitas Pasundan.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Performa Identitas Gender Pada Konten Male Beauty Creator Andreas Lukita Di Tiktok
DIAH AYU GANDASARI, Sidiq Hari Madya, S.Sos., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

White, M., 2018. *Beauty as an “act of political warfare” Feminist Makeup Tutorials and Masquerades on YouTube*. New York: The Feminist Press Women's Studies Quarterly. 46(1), p. 139-156.

Widiyaningrum, W., 2014. *Pemaknaan Maskulinitas Dalam Iklan Produk Kosmetik Untuk Laki-laki*. Interaksi Online, 2(4).

Wodak, R. & Krzyzanowski, M., 2008. *Qualitative Discourse Analysis in the Social Sciences*. England: Palgrave Macmillan.

Wulandari, A., 2020. *Pornografi Yang (Tidak) Cabul: Gender Dan Seksualitas*. Lensa Budaya: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Budaya, 15(1).

Wulandari, R. A., 2018. *Identitas Homoseksual Dalam Novel Tiba Sebelum Berangkat Karya Faisal Oddang (Kajian Teori Queer Judith Butler)*. Surabaya: Jurnal Sapala, 5(1).

Wulandari, S. & Wirman, W., 2016. *Motif dan Makna Diri Pria Penata Rias di Kota Pekanbaru dalam Perspektif Fenomenologi*. Riau : JOM FISIP, 3(2).

Yuliyanti, F. D., Bajari, A., & Mulyana, S., 2017. *Representasi maskulinitas dalam iklan televisi Pond's men# Lelakimasakini (analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi maskulinitas)*. Jurnal Komunikasi, 9(1), 16-30.

Yunita, S. R. & Udasmoro, W., 2015. *Gender dan Identitas dalam Sastra di Mata Remaja (Gender and Identity of Teenager in the Literature from Teen's Perspective)*. Surabaya: Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik, p. 96. Available at: <https://ejournal.unair.ac.id/MKP/article/download/2477.pdf> [Accessed 1 Agustus 2020].