

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. Z. (2019). Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza 'Arap'Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart ....  
*Ilmu Komunikasi*.  
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15810>
- Agustiono, A. (2011). Makna Simbol dalam Kebudayaan Manusia. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 8, Issue 1, pp. 1–7).
- Aslamiyah, M. (2013). Identitas Diri Mahasiswa Penyuka Budaya Pop Korea di Malang. *ETheses UIN Malang*, 16–57.
- Avriyanty, R. (2012). Analisis Resepsi Penonton Di YouTube Terhadap Konstruksi Gender Dalam Video Musik If I Were A Boy Karya Beyonce Knowles. *Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya*, 75.
- Ayomi, P. N. (2021). Gosip, Hoaks, dan Perempuan: Representasi dan Resepsi Khalayak Terhadap Film Pendek “Tilik.” *Rekam*, 17(1), 51–61.  
<https://doi.org/10.24821/rekam.v17i1.4910>
- Brian L, O., & Robert L, M. (2014). *Critical Media Studies: An Introduction*.
- Callula, S. A., Nolani, P. S., & Ramadhan, M. R. (2022). Callula, Nolani, Ramadhan Strategi Mempertahankan Budaya Ondel-ondel dalam Revitalisasi Kebudayaan Betawi Maintainance Strategy of Ondel-ondel in the Revitalization of Betawi Culture. In *Jurnal Sastra dan Kearifan Lokal* (Vol. 1, Issue 2). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/arif/index>
- Couto, N. (2011). *Psikologi Persepsi pada Kawasan Desain Komunikasi Visual*. UNP Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Dewi,Tiara; Masruhim, Muhammad Amir; Sulistiarini, R. (2016). Journal Resepsi. *Journal Resepsi*, April, 5–24.
- Dillistone. (2002). Teori simbol menurut perspektif F.W. Dillistone. *Teori Simbol Menurut Perspektif F.W. Dillistone*, 1–33.  
[https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13351/2/T2\\_752016003\\_B AB II.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13351/2/T2_752016003_B AB II.pdf)

- Doobo, S. (2011). *Waxing the Korean wave*. Asia research institute. National university of Singapore.
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., Wisahra, A., & Kunci, K. (2022). *Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @ Iddkp*. XXVII(3), 311–320.
- Farid, H. U. (2012). Media dan Budaya Populer. *Komunika*, 15(1). [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file\\_artikel\\_abstrak/Isi\\_Artikel\\_537711131678.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_537711131678.pdf)
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children.” *ProTVF*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Fithria, K. N., Dwiningtyas, H., & Qurrotaayun, P. (n.d.). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Representasi Fatherhood dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Jl . Prof Soedarto , SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telep*.
- Fitria. (2013). Relasi Simbol Terhadap Makna Dalam Konteks Pemahaman Terhadap Teks. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fitryarini, I. (2012). Pembentukan Budaya Populer Dalam Kemasan Media Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Makna*, 2(2), 9–22. <http://imisuryaputera.wordpress.com/ujar-habar>
- Gazali, M. (2017). Lukisan prasejarah gua. *Imaji*, 15, 11. <https://journal.uny.ac.id/index.php/imaji/article/view/13886/pdf>
- Hadi, I. P. (2010). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.1-7>
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Herusatoto, B. (2008). *Simbolisme Jawa*. Penerbit Ombak.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*.
- Imam, A. (2021). Analisis Nilai-nilai Pada Tari Saman. *Makalangan*, Vol. 8, No(212), 1–9.

- <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/makalangan/article/download/1616/1090>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kistanto, N. H. (2017). Tentang Konsep Kebudayaan. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, 10(2), 1–11. <https://doi.org/10.14710/sabda.v10i2.13248>
- Kolodii, N., Kolodii, V., Goncharova, N., & Ivchik, A. (2016). *The influence of visual representations of “the Other” in the system of modern sociocultural communications.*
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.*
- Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109. <https://doi.org/10.20473/jhi.v11i1.8749>
- Littlejohn, S. W. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory.* <https://books.google.co.id/books?id=xYmECgAAQBAJ&hl=id>
- Nurjanah, I. (2020). Pemaknaan Korean Pop Culture Terhadap Identitas Budaya ( Studi Resepsi Pada Gaya Hidup Anggota Komunitas Art of Dance Pekanbaru ). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 7, 1–10.
- Okirianti, K. E. (2011). *Pengaruh Budaya Pop Korea Terhadap Eksistensi Kebudayaan Asli Indonesia di Kalangan Remaja Kota Tegal.*
- Piliang, Y. A. (2003). *Hiper-moralitas. Mengadili bayang-bayang.*
- Prahasinta, C. (2022). Pengaruh Budaya Hallyu Terhadap Gaya Hidup Remaja di Jakarta Tahun 2009-2014. *Bakaba*, 10(1), 43–54. <https://doi.org/10.22202/bakaba.2022.v10i1.6140>
- Pujileksono, S. (2015). *Metode penelitian komunikasi kualitatif.*
- Putriyani, I., Gultom, Y. O., Hasugian, T., Jambi, U., & Budaya, K. L. (2023). *Pandangan Psikoanalisis Dalam Konseling Lintas Budaya Dan Cara Menghilangkan Bias Budaya Pada Peserta Didik.* 2(1), 13–20.
- Qadaruddin, M. (2013). Teori komunikasi media massa. *Teori Komunikasi Media Massa*, 1996, 1. [http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/Teori Komunikasi](http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/Teori%20Komunikasi)

Media Massa .pdf

- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/Pengantar Metodologi Penelitian.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Rajab Bahry. (2014). *Saman, Kesenian dari Tanah Gayo*. 1–169.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101.
- Rezky, R. W. G. (2018). *Penerimaan Pembaca Tentang Pesan “Malang Strudel” Sebagai Oleh-Oleh Khas Malang (Studi Resepsi pada Follower Akun Instragam Amazing Malang)*. 7–11.
- Sari, N., & Unggul, E. (2024). *Transformasi Net Tv : Penggunaan Netverse Dalam Era Konvergensi Media*. 9(4), 894–908.
- Schroeder, J. E., & Borgerson, J. L. (2005). An ethics of representation for international marketing communication. *International Marketing Review*, 22(5), 578–600. <https://doi.org/10.1108/02651330510624408>
- Sintia, Ulin Rahma Sintia, D. (2021). Budaya populer dalam novel tulang rusuk karya Indra. *Prakerta: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran Bahasa Indonesia*, 3, 530--539.
- Storey, J. (n.d.). *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode: Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Jalasutra.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. [https://library.nusaputra.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=1175](https://library.nusaputra.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1175)
- Syakhriani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Journal Form of Culture*, 5(1), 1–10.
- Tinjauan, O., Charles, S., & Pierce, S. (2021). *Ikonis Budaya dalam Novel Tiba Sebelum Berangkat Karya Faisal*. 2(2), 167–173.
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 10(April), 71–79.
- Umam. (2014). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Wardani, L. K. (2010). Fungsi , Makna dan Simbol ( Sebuah Kajian Teoritik ) Ruang Dalam Arsitektur-Interior. *Fungsi, Makna Dan Simbol (Sebuah Kajian Teoritik)*, 1–10.
- Wiriany, D., & Pratami, T. V. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 2(02), 25–30. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v2i02.199>
- Yuna, S. (2006). Metodologi Penyusunan Studi Kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76–80.