

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. (2023). *Komodifikasi konten kreatif dalam program dangdut kontes Primadona Pantura MNCTV* (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Arnold, M. (1869). *Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism*. London: Smith, Elder & Co.
- Arsetya Jaya, I. W., & Dharmawan, N. K. S. (2022). Pengaturan Royalti Musik Dan Lagu Terkait Pemanfaatannya Pada Berbagai Platform Streaming Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 56/2021. *Jurnal Kertha Wicara* 11(2), 256-264.
- Ashbourn, J. (2020). *The digital musician: Creating music with digital audio workstations*. Routledge.
- Bagaskara, A., Astuti, K. S., & Rokhani, U. (2024). Filsafat musik: Memahami esensi, perkembangan, dan relevansinya. *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 22(1), 71–78. <https://doi.org/10.21831/imaji.v22i1.71954>
- Brown, R. (2018). *Music and Communication in the 21st Century*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dalmeda, M. A., & Elian, N. (2017). Makna tradisi Tabuik oleh masyarakat Kota Pariaman (Studi deskriptif interaksionisme simbolik). *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 18(2), 135–150.
- Dewi, R. (2019). Perjanjian lisensi hak cipta atas lagu antara pencipta lagu dengan produser rekaman dalam upaya kepastian hukum perlindungan hak ekonomi para pihak. *Siyar Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 16(2). <https://doi.org/10.29313/sh.v16i2.4883>
- Dwi Lestari, N., Sitasi, C., & Ningrum, D. (n.d.). Proses produksi dalam industri musik independent Di Indonesia. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Edlom, J. (2022). The engagement imperative: Experiences of communication practitioners' brand work in the music industry. *Media and Communication*, 9(1), 66–76. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4448>
- Fatoni, Q. A. Z. (2021). Resepsi maskulinitas dalam musik video boyband K-Pop (Studi analisis resepsi khalayak pada musik video NCT U: Boss dan Make a Wish) [Undergraduate thesis]. Universitas Islam Indonesia.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, M., & Risakotta, T. K. (2023). *Produk dan merek*. PT Global Eksekutif Teknologi.

- Fikri, N., & Gultom, E. R. (2023). "Pengelolaan Royalti Lagu Dan Musik Pada Platform Digital." *Ensiklopedia of Journal* 5(4): 601-608.
- Gans, H. J. (1974). *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.
- Ghiffari, A., Saputra, B., & Indrayani, H. (n.d.). Membangun relasi untuk meraih popularitas grup musik Soegi Bornean.
- Hesmondhalgh, D. (2006). *Digitalisation, music and culture*. In *Cultural Studies* (Vol. 20, Issue 2-3, pp. 281–291). Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Hidayanto, S., & Eriyanto, E. (2019, April). Participatory culture: Anekdote dan meme dalam fenomena #CrazyRichSurabaya di media sosial. In *Conference on Communication and News Media Studies* (Vol. 1, p. 310).
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments* (E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press. (Original work published 1944)
- Imansah, R., & Riswandi, B.A. (2022). Pengelolaan Royalti Musik Dan Lagu Di Platform Youtube. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Politik* 2(1), 20-36.
- Izzati, M. (2014). *Krisis Kreativitas dalam Industri Musik Pop: Studi tentang Formulasi Lagu Populer*. *Jurnal Seni Musik*, 8(1), 22–31.
- Jahrul, A., Pratama, D., & Widodo, R. (2024). *Dampak Digitalisasi terhadap Hak Ekonomi Musisi Indonesia: Studi Kasus Peran Agregator Musik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 12(1), 14–29.
- Jahrul, M. R., Akbar, M., & Syahril, F. (2024). Dari nada ke rupiah: Memahami kontrak pencipta lagu dengan aggregator musik.
- Johnning, H., Angelova Tutor, M., & Wilde Björling, M. (2021). *The path of independence in the music industry*.
- Khadavi, M. J. (2014). Dekonstruksi musik pop Indonesia dalam perspektif industri budaya. *Jurnal Humanity*, 9(2).
- Lepa, S., Steffens, J., Herzog, M., & Egermann, H. (2020). Popular music as entertainment communication: How perceived semantic expression explains liking of previously unknown music. *Media and Communication*, 8(3), 191–201. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3153>
- Lowenthal, L. (1949). *Literature, Popular Culture, and Society*. In Leo Lowenthal: *Literature, Popular Culture, and Society* (pp. 1–17). Palo Alto: Pacific Books. (Dikutip dalam Gans, 1974).
- Lull, J. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach* (2nd ed.). New York: Columbia University Press.

- Meilinda, N., Giovanni, C., Triana, N., & Lutfina, S. (2021). Resistensi musisi independen terhadap komodifikasi dan industrialisasi musik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 77–88.
- Meliala, Y. H., Adipoetra, R., & Murti, R. (n.d.). Implementasi *digital public relations* pada label musik Demajors dalam mempublikasikan album. *Jurnal Dialektika Komunika*, 8. Retrieved from <http://ejournal.unis.ac.id/index.php/dk/index>
- Moore, A. F. (2021). *Music in the digital age: A theoretical and practical guide*. Bloomsbury Publishing.
- Nathanael, G. K., & Sos, S. (2019). *Komunikasi dan media global*. Jakad Media Publishing.
- Natio, S. I., & Paramita, S. (n.d.). Peran public relations industri musik dalam membangun reputasi (Analisis terhadap DX Entertainment JKT48).
- Njatrijani, R., Widanarti, H., & Aribowo, M. A. (2020). Era Digital Melahirkan Peran Baru, Agregator Musik Dalam Mendistribusikan Karya Cipta Lagu Dan Musik. *Diponegoro Private Law Review* 7(1), 689-698.
- Noviani, D., Pratiwi, R., Silvianadewi, S., Alexandri, M. B., & Hakim, M. A. (2020). Pengaruh streaming musik terhadap industri musik di Indonesia. *Jurnal Bisnis Strategi*, 29(1).
- Perdana, D. D. (2017). Komodifikasi dalam tayangan televisi (Kajian terhadap program Indonesian Idol 2014). *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 4(1).
- Putra, R. M., & Irwansyah, I. (2019). Musik rilisan fisik di era digital: Musik indie dan konsumsi rilisan musik fisik. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 128. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4062>
- Rokan, M. P. (2021). "Royalty Management Regulation for Song and/or Music Copyright: The Needs of Indonesian Musicians." *Locus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, 1(1), 30-37.
- Sani, A. (2023). Hukum musik dan relevansinya terhadap pelaksanaan konser musik (Studi perbandingan antara pendapat Imam Al-Ghazali dan Syaikh Abdul Aziz Bin Baz) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Santoso, A. & Nurhaliza, N. (2018). "Pengaruh Standardisasi dalam Produksi Musik terhadap Kreativitas Musisi di Indonesia." *Jurnal Industri Kreatif*, 12(1), 45-56.
- Soeherman, M. (2019). "Komodifikasi Musik Pop Indonesia: Peran Industri dan Dampaknya pada Kualitas Karya Musik." *Jurnal Ekonomi dan Budaya*, 17(2), 158-171.

- Darwis, Y., & Azwar, A. (2024). *Critical theory in communication studies* (1st ed.). Kencana.
- Yuliarti, M. S. (2015). Komunikasi musik: Pesan nilai-nilai cinta dalam lagu Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 189-198.
- Stone, A. (2016). Adorno and popular music. In *The value of popular music* (pp. 69–108). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46544-9_3
- Sumanto, A. Q., & Tedi Kholiludin. (2024). *Musik di Indonesia: Sejarah dan perkembangan kontemporer*. Semarang: Lembaga Studi Sosial dan Agama (Elsa) Press.
- Tamimi, R. U., Junaedi, F., & Sos, S. (2017). Musik sebagai media gerakan sosial baru (Studi kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik tentang grup musik Merah Bercerita) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yoga, Y. W. C., Nugroho, C., Sos, S., & Ikom, M. (2020). Komodifikasi agama pada produk fashion (Analisis wacana kritis Norman Fairclough pada desain kaus ‘Keepers of the Deen’). *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2).
- Zagorski-Thomas, S. (2016). *The musicology of record production*. Cambridge University Press.
- Zulhidayat, D., & Ruhimat, M. (2013). *Peran Musik dalam Komunikasi Sosial dan Budaya Masyarakat Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(1), 45–56.