

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adila, Isma., dan Arif Budi Prasetya. (2020). *Ekonomi Politik Komunikasi (Sebuah Realitas Industri Media di Indonesia)*. Surabaya: UB Press.
- Halim, Syaiful. (2013). *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haryanto, Ignatius. (2014). *Jurnalisme Era Digital (Tantangan Industri Media Abad 21)*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Haryono, Cosmas Gatot. (2020). *Kajian Ekonomi Politik Media (Komodifikasi Pekerja dan Fetisisme Komoditas dalam Industri Media)*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ibrahim, Idi Subandi. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Irianto, Agus Maladi. (2014). *Media dan Kekuasaan (Antropologi Membaca Dunia Kontemporer)*. Yogyakarta: Gigih Pustaka Mandiri.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Krinyatono, Rachmat. (2015). *Manajemen Periklanan (Teori dan Praktik)*. Malang: UB Press.
- Littlejohn, S.W., and Foss, K.A. (2014). *Theories of Human Communication (9th ed)*. Jakarta: Salemba.
- Malik, Kusman. (2020). *Politik Kerjasama Perdagangan Bilateral Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfebriani, Sylvie. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurhuda, Eko. (2012). *YouTube (Cara Mudah Menjadi Populer Dengan Internet)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prajarini, Dian. (2020). *Media sosial Periklanan Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priansa, D.J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Pusat Data & Analisis Tempo. (2021). *YouTube (Situs Berbagi Video Pengganti Televisi?)*. Jakarta; Tempo Publishing.
- Romli, Khomsahrial (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo.
- Rusadi, Udi. (2015). *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif Teori dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Simatupang, Taufik H. (2018). *Aspek Hukum Periklanan (Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL

Afriantari, Rini & Cindy Yosita Putri. (2017). Kerjasama Indonesia Dan Korea Selatan dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Transborders*, Volume 1 No. 1.

Alfani, Hendra. (2014). Perspektif Kritis Ekonomi Politik Media: Konglomerasi, Regulasi dan Ideologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 2 No.2.

Alyatalathaf, Muhammad Dicka Ma'arif. (2018). Spasialisasi dan Praktik Monopoli Emtek Group. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 No. 5.

Amri, Roy. (2021). Analisis Ekonomi Politik Komunikasi Pada Hak Siar Pertandingan Sepak Bola (Studi Deskriptif Praktik Spasialisasi Dalam Siaran Langsung Sepakbola Liga Eropa di Indonesia). *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, Volume 2 No. 11.

Anwar, Rully Khairul., & Agus Rusmana. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan (Studi Kasus pada Sekolah/Madrasah di Desa Kayu Ambon, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Aplikasi IPTEKS untuk Masyarakat*, Volume 6 No. 3.

Aprianti, Reza. (2013). Ekonomi Politik Media Komodifikasi Pekerja Dalam Industri Media Hiburan di Indonesia. *Jurnal Wardah*, No. XXVI.

Ayun, Primada Qurrota. (2020). Sensualitas dan Tubuh perempuan dalam film-film Horor di Indonesia (Kajian Ekonomi Politik Media). *Jurnal Simbolika*, Volume 1 No. 1.

Chrestella, Ariella, *et al.* (2019). Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop di Indonesia. *Jurnal UNTAR*, Volume 1 No. 2.

Christiani, Lintang Citra. (2015). Spasialisasi Grup Media Jawa Pos. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 12 No. 2.

Faiqah, Fatty., Muh Najib & Andi Subhan Amir. (2016). YouTube Sebagai Srana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Volume 5 No. 2.

Febriyanti, Nur Ruli., dan Andi Faisal Bakti. (2017). Kecenderungan Komodifikasi dan Spasialisasi Pada Transmedia. *Jurnal Strategi Komunikasi*, Volume 7 No. 2.

Hanantijo, Djoko. (2013). Periklanan dan Isu-isu Terbaru. *Jurnal Mimbar Bumi Bengawan*, Volume 4 No. 10.

Haqu, Risca. (2020). Era Baru Televisi Dalam Pandangan Konvergensi Media. *Jurnal rekam*, Volume 16 No. 1.

Hidayati, Lailatul Fitriyah., dan Yunda Presti Ardillas. (2021). Spasialisasi dalam Industri Komik Digital: Integrasi Horizontal dan Vertikal dalam Line Webtoon. *Jurnal Komaskam*. Volume 3 no. 2.

Hidriyah, Sita. (2017). Penguatan Kerjasama Ekonomi Indonesia-Korea Selatan. *Jurnal Puslit*, Volume IX No. 06.

- Kamaruddin. (2013). Paradigma Kritis Ilmu Sosial dan Komunikasi (Teori Kritis & Discourse Analysis). *Jurnal Universitas Malikussaleh*.
- Khadziq. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). Volume 10 No. 1.
- Kusuma, Diana Fitri., & Mohammad Syahriar Sugandi. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 3 No. 1.
- Mangole, Kevin David B. (2017). Pemanfaatan YouTube dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa. *Jurnal Acta Diurna*. Volume 6 No. 4.
- Muhammad, Wahyudi Akmaliah. (2012). Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/K-Pop) Dan Dampaknya di Indonesia, *Jurnal Masyarakat dan Budaya*. Volume 14 No. 1.
- Noviana, Fanadya Eva. (2020). Antara Kepentingan Pasar Versus Kepatuhan Terhadap Hukum. *Jurnal Audiens*, Volume 1 No. 1.
- Pabyantara, Dias. 2014. Globalisasi dan Tata Ekonomi Politik Baru: Studi Kasus Persebaran K-Pop di Amerika Latin. *Jurnal Global dan Policy*, Volume 2 No. 2.
- Perdana, Dionni Ditya. (2017). Komodifikasi Dalam Tayangan Televisi (Kajian Terhadap Program Indonesian Idol 2014). *Jurnal Professional FIS UNIVED*, Volume 4 No 1.
- Prasetyo, P Eko. (2017). Standarisasi dan Komersialisasi Produk Industri Kreatif dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Volume 6 No. 2.
- Pujayanti, Andriani. (2019). Potensi dan Tantangan Kerjasama Indonesia Dan Korea Selatan. *Jurnal Pusklit*, Volume XI No. 23.
- Putri, Liza Daniarizky. (2016). Kekuatan Teknologi Dalam Membentuk Budaya Populer (Studi Tentang Fenomena Drama Turki di Indonesia). *Jurnal Lontar*, Volume 4 No.3.
- Sagita. (2019). Dampak Kerjasama Industry Kreatif Indonesia-Korea Selatan Dalam Upaya Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Jurnal JOM FISIP*, Volume 6.
- Saputri, Nur Amalia. (2015). Monetisasi Dalam Ekonomi Politik Komunikasi (Studi Kasus Youtube). *Jurnal UGM*, Volume 1 No. 15.
- Sendow, Beatrix E.D., Michael Mamentu., dan Daniel Kurniawan. (2019). Korean Wave sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. *Jurnal Politik*, Volume 1 No. 4.
- Shandy, Rahardian., Mohammad Jhanattan., & A.G. Eka Wenats. (2020). Komodifikasi Pekerja Lepas di Industry Media Online: Pemanfaatan *Community Writers* oleh *idntimes.com*. *Jurnal Komunika*, Volume 9 No. 2.
- Simamora, Elisabeth Rotua. (2016). Spasialisasi dan Konglomerasi Media Pada Kelompok Kompas Gramedia. *Jurnal The Messenger*, Volume VIII No. 2.

- Situmeang, Ilona V. Oisina. (2013). Pemanfaatan Media Massa terhadap Hallyu sebagai Budaya Populer dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Semiotika*, Volume 7 No.2.
- Suryani, O., Arief Agung., & Daniel Kurniawan. (2014). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Peran Orangtua Dalam Proses Pendisiplinan Anak Pra-Sekolah. *Jurnal DKV Adiwarna*, Volume 1 No. 4.
- Susanthi, Nyoman Lia. (2011). Gurita Budaya Populer Korea di Indonesia.
- Susanto, Elik. (2021). Independensi Media Tempo dan Pengaruh Ekonomi Politik Dalam Praktik Strukturasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Volume 4 No. 1.
- Tasrudin, Ramsiah. (2017). Tren Periklanan di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, Volume 5.
- Trinoviana, Anindita. (2017). Strategi Konvergensi Radio sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus pada Swaragarna Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), dan Prambors Radio (102.2 Fm/95.8 Fm). *Jurnal Komunikasi*, Volume 12 No. 1.
- Zubandi, Zera Endezwo & Teguh Priyo Sadono. Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *Jurnal UBM*, ISSN No. 2622-7436

SKRIPSI

- Absari, Anindita. (2013). *Identitas Sosial Penggemar K-Pop (Perbandingan Antara Penggemar K-Pop Yang Tergabung Dalam Komunitas KFM dan Penggemar K-Pop Yang Tidak Tergabung Dalam Komunitas KFM)*. (Skripsi). UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Fandira, Riska Yenhy. (2020). *Citizen Journalism dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo*. (Skripsi). IAIN Ponorogo.
- Mumtaz, Jasmine Humaira. (2020). *Persona and Everything Within (Studi Kasus Pendekatan Terhadap Ilusi Persepsi Rupa dan Persona Tidak Terlihat)*. (Skripsi). Universitas Telkom.
- Nugraini, E.D. (2016). *Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea Dalam Perspektif Psikologi Surfistik (Studi Kasus Pada EXO-L)*. (Skripsi). Universitas Riau
- Yulianti, Tika. (2015). *Komodifikasi Media Cetak (Analisis Ekonomi Politik Pada Media Indonesia)*. (Skripsi). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Zahra, Sabila. (2019). *Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenal Ideologi Penggemar Budaya K-Pop pada Fandom iKonic di Kota Surabaya)*. (Skripsi). Universitas Airlangga

THESIS

- Adipura, Yudha. (2016). *Motif Menonton Video DOES "Diary Of Erix Seokamti" di YouTube (Studi Pada Anggota Aktif Komunitas Kamtis Malang)*. (Thesis). Universitas Muhammadiyah Malang.

INTERNET

- Bayu, Dimas Jarot. (2020). *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbesar paad Kuartal IV 2020*, diakses dari www.katadata.com tanggal 26 November 2021.
- Dewi. (2020). *Tak diungkap SM, Inilah Raihan Tiket Konser Online Super*

- Junior dan NCT 127 Menurut Media Korea*, diakses dari www.wowkeren.com tanggal 26 November 2021.
- Gareta, Sella Panduarsa. (2019). *RI-Korea Selatan Bersinergi Kembangkan Industri Kreatif*, diakses dari www.antaranews.com tanggal 25 November 2021.
- Jayani, Dwi Hadya. (2020). *Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*, diakses dari www.katadata.com tanggal 26 November 2021.
- Khoiri, Agniya. (2020). *Pandemi, Penjualan Album K-Pop Justru Naik 40 Persen*, diakses dari www.cnnindonesia.com tanggal 26 November 2021.
- Perwitasari, Anna Suci. (2020). *Ekonomi Korea Selatan di Kuartal III-2020 Tumbuh 2,1% Dibanding Kuartal Sebelumnya*, diakses dari www.kontan.co.id tanggal 25 November 2021.
- Putri, A.W. (2019). *BTS, "Ikon Ekonomi" Anyar Korea Selatan*, diakses dari www.tirto.id tanggal 9 Juli 2021.
- Ramadhan, Bilal. (2020). *ABC President Indonesia Tingkatkan Investasi di Karawang*. Diakses dari <http://m.republika.co.id> tanggal 25 November 2021.
- Reditya, Tito Hilmawan. (2021). *Benarkah Fans Kpop Terbesar ada di Indonesia?*, diakses dari www.kompas.com tanggal 8 Juli 2021.
- Riyanto, Galuh Putri. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*, diakses dari www.kompas.com tanggal 1 September 2021.
- Sari, Rintan Puspita. (2020). *Sederet Selebritas Korea Jadi Bintang Iklan Indonesia, Siapa saja?*, diakses dari www.kompas.com tanggal 8 Juli 2021.
- Sari, Rintan Puspita. (2020). *Jadi Bintang Iklan Minuman, Taeyong NCT 127 Bilang Mantul*, diakses dari www.kompas.com tanggal 8 Juli 2021.
- Satria, Ari. (2020). *Indonesia-Korea CEPA: Tonggak Baru Hubungan Ekonomi Bilateral Kedua Negara*, diakses dari www.kemendag.go.id tanggal 15 September 2021.
- So, Won, (2020). *Distribution of K-pop views on YouTube World Wide as of June 2019, by country*. Statista, diakses dari www.statista.com tanggal 6 Januari 2021.
- Stephanie, Conney. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial*. Diakses dari www.kompas.com tanggal 1 September 2021.
- Ulfa, Maria. (2019). *Istilah K-Pop yang Perlu Diketahui K-Popers, Aegyo hingga Trainee*, diakses dari www.tirto.id tanggal 9 Juli 2021.
- Untari, Giovani. (2021). *Ini 15 Selebriti Korea yang Jadi Bintang Iklan di Indonesia*, diakses dari www.cosmopolitan.com tanggal 26 November 2021.
- Vita, Mia Della. (2020). *Fasih Ngomong Pakai Bahasa Indonesia di Iklan Terbaru, NCT 127 Langsung Puncaki Trending Topik Twitter*. Diakses dari www.grid.id tanggal 25 November 2021.
- <http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/berita/detail/indonesiakorea-cepa-tonggak-baru-hubungan-ekonomi-bilateral-kedua-negara>, diakses tanggal 8 Juli 2021.

<https://bungkul.com/biaya-iklan-di-televisi/> , diakses tanggal 1 September 2021.
<http://www.abcpresident.com/> , diakses tanggal 19 September 2021.
<http://www.instagram.com/nuteaid> , diakses 19 September 2021.
<https://youtu.be/nutea> , diakses 5 Oktober 2021.
<http://www.topbrand-award.com> , diakses 26 November 2021.
<http://www.abcholding.com> ,diakses 26 November 2021.
<http://www.kemenkeu.go.id> , diakses 26 November 2021.
<http://www.bi.go.id> , diakses 26 November 2021.
<http://www.gaonchart.co.kr> , diakses 26 November 2021.
<https://www.instagram.com/nct127/?hl=id> , diakses 26 November 2021.
https://mobile.twitter.com/NCTsmtown_127 , diakses 26 November 2021.
<https://facebook.com/nuteaid> , diakses 26 November 2021.