

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, M. A. (2021). *Kekerasan Verbal di Konten Youtube Indonesia dalam Perspektif Kultivasi*. ETTISAL: Journal of Communication, 5(2), 211-225.
- Astuti, PHPS. (2017, 12/01). "5 Drama Korea Indosiar Paling Dikenal Penggemar". <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2824788/5-drama-korea-indosiar-paling-dikenang-penggemar> Diakses pada 30 Maret 2021.
- Augesti, A. (2019, 02/09) "30 Tahun Kerja Sama dengan ASEAN, Korsel Luncurkan TeKo Nang Jawa". <https://www.liputan6.com/global/read/4053017/30-tahun-kerja-sama-dengan-asean-korsel-luncurkan-teko-nang-jawa?source=search> diakses pada Desember 2021.
- Bahfiarti, T., & Kalalembang, E., (2020). *Computer Mediated Communication dalam Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat*. Avant Garde, 8(1), 60-78. Diakses melalui e-journal Universitas Budi Luhur <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/973> pada 29 Maret 2021.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bella, M. & Mody, W. B. G. B (2002). *Handbook of International and intercultural Comunnication*. Sage.
- Chafsoh, A. M. (2020). Munculnya Culture Shock Pada Mahasiswa Baru Dalam Perkuliahan Daring Selama Pandemi Covid-19. Diakses melalui <https://psyarxiv.com/tmpn6/> pada 03 November 2021
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (2008). *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave (Vol. 1)*. Hong Kong University Press.
- Devianty, R. (2017). *Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan*. Jurnal Tarbiyah 24(2). Diakses melalui <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/tarbiyah/article/view/167> pada 21 September 2021.
- Fitriawati, D., & Retnasary, M. (2018). *Eksistensi Diri Youtuber "Joneshood": Stydu Fenomenologis Mengenai Eksistensi Diri Youtuber 'Joneshood' di Kota Bandung*. Jurnal Signal 6(1), 1-9. Diakses melalui <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/954> pada 29 Maret 2021

- Furnham, A., & Bochner, S. (1982). Social difficulty in a foreign culture: An empirical analysis of culture shock. *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interaction*, 1, 161-198.
- Gayatri, N. M., & Adhini, I. N. *International Students's Cross-cultural and Language Adaptation in Indonesia (An Analysis of Turkish and Kyrgyz Students of English Department at State University of Semarang)*. Prosiding Prasasti, 585-590. Diakses melalui <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingprasasti/article/view/1614> pada 28 Juni 2021.
- Gustam, R. R. (2015). *Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan*. E-Journal Ilmu Komunikasi 3(2), 224-242. Diakses melalui <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id> pada 29 Maret 2021.
- Istanto, F. H. (2021, 27/03) "Ada Apa dengan Koko. Cece, Susuk, Ai." <https://www.uc.ac.id/library/ada-apa-dengan-koko-cece-susuk-ai-harian-dis-way-27-maret-2021-hal-3839-freddy-h-istanto-ina/>
- Kartikawati, D. (2019). *Implementasi Difusi Inovasi pada Kemampuan Media Baru dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian pada Media Youtube di Kalangan Remaja)*. Diakses melalui <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/article/view/447> pada 29 Maret 2021.
- Kim, Y. S., & Kim, Y. Y. (2016). *Ethnic Proximity and Cross-cultural Adaptation: A Study of Asian and European Students in the United States*. *Intercultural Communication Studies*, 25(3).
- Kristianto, B. R. D., & Marta, R. F. (2019). *Monetisasi dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak melalui Video Blog YouTube*. *Lugas Jurnal Komunikasi* 3(1), 45-46. Diakses melalui <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/415> pada 31 Maret 2021.
- Kusumah, Wijaya (2015, 08/08). "Bagaimana Membuat Konten Kreatif?". <https://www.kompasiana.com/wijayalabs/55c548756f7a615c29a0a0c9/bagaimana-membuat-konten-kreatif> Diakses pada Mei 2021.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Padjajaran.
- Lee, S. J. (2009). South Korea's soft power diplomacy. *EAI 오/슈브르/평*, 1-8.

- Liliweri, A. (2003). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. LKiS Pelangi Aksara.
- Liliweri, A. (2009). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Linggarwati, T., & Wiradianty, A. F. (2020). *Program "Teko Nang Jawa" Sebagai Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Tahun 2019*. Jurnal Sosial Politik Peradaban (JSPP), 1(2), 1-15. Diakses melalui <https://journal.peradaban.ac.id/> pada 29 Maret 2021.
- Linggarwati, T., & Wiradianty, A. F. (2020). *Program "Teko Nang Jawa" Sebagai Upaya Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia Tahun 2019*. Jurnal Sosial Politik Peradaban (JSPP), 1(2), 1-15. Diakses melalui <https://journal.peradaban.ac.id/> pada 29 Maret 2021.
- Maizan, S. H., Bashori, K., & Hayati, E. N. (2020). Analytical theory: Gegar budaya (culture shock). *Psycho Idea*, 18(2), 147-154. Diakses melalui <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/PSYCHOIDEA/article/view/6566> pada November 2021
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natalia, E. C. (2017). *Pemilihan Penggunaan Bahasa dalam Interaksi Sebagai Bentuk Adaptasi Antarbudaya di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 73-86. Diakses melalui <http://www.jke.feb.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/8883> pada 29 September 2021.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Yogyakarta: Kencana Prenada Media.
- Pertiwi, W. K. (2021, 24/02). "Sejarah Youtube Berawal dari Situs Kencan Online hingga dibeli Google. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/15310057/sejarah-youtube-berawal-dari-situs-kencan-online-hingga-dibeli-google?page=all> Diakses pada 30 Maret 2021.
- Purba, A. (2013). *Peranan Lingkungan Bahasa dalam Pemerolehan Bahasa Kedua*. Pena: Jurnal Pendidikan dan Sastra 2(2). Diakses melalui <https://online-journal.unja.ac.id/pena/article/view/1447> pada 21 September 2021.
- Priandono, T. E. (2020). *Komunikasi Keberagaman*. Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.

- Priambodo, Bagus. (2020, 19/08). “Berbagi Konten Kreatif yang Benar lewat Medsos”. Diakses melalui <https://lmpj Jatim.kemdikbud.go.id/site/detailpost/berbagi-konten-kreatif-yang-benar-lewat-medsos> Diakses pada Mei Maret 2021.
- Rahmanto, Andre (2009, 09/11). “Media dan Budaya Populer”. <http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer> Diakses pada 31 Maret 2021.
- Rahmawati, C. T. (2020). *The Massice Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term of Culture*.
- Romiszowski, A., & Mason, R. (2002). *Computer-mediated Communication. Handbook of Research for Educational Communications and Thenology*.
- Sugiono, S. (2009). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryandari, N. (2012). Culture shock communication mahasiswa perantauan di Madura. Jurnal Kommas *Universitas Trunojoyo Madura*. Diakses melalui https://www.jurnalkommas.com/docs/CULTURE%20SHOCK%20mahasiswa%20perantauan%20di%20madura%20_Jurnal%20UNS_.pdf pada November 2021
- Ting-Toomey, S., & Chung, L. C. (2012). *Understanding intercultural communication* (p. 352). New York: Oxford University Press.
- Tyas, D. S. (2021). Rosette Guitar Quartet: Proses Kreatif Melalui “Youtube” Sebagai Pasar Industri Musik Digital. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 1-8.
- Yoon, T.-J. et al. (2017). *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. London.
- Ulya, H. (2019). *Komodifikasi Pekerja pada Youtuber Pemula dan Underrated (Studi Kasus Youtube Indonesia)*. *Interaksi Jurnal Ilmu Komunikasi* 8(2), 1-12. Diakses melalui ejournal.undip.ac.id pada 31 Maret 2021.
- Umam, A. H. (2018). *Cross-cultural Adaptation & Communicatiion Behavior Regional Student of Tanri Abeng University*. *Progressive Journal*, 13(1), 43-48. Diakses melalui ejournal.nusamandiri pada 12 September 2021.
- Utami, L. S. S. (2015). *Teori-teori Adaptasi Antar Budaya*. *Jurnal Komunikasi* 7(2), 180-197. Diakses melalui <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/17> pada 15 Juni 2021.

Wibowo, A., & Rusdi, F. (2019). *Analisis Personal Branding Youtuber Gim: (Studi Fenomenologi Michael Souw)*. Prologia 3(1). Diakses melalui <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6132> pada 29 Maret 2021.

Yasyi, D. N (2020, 20/11). *Ternyata Panggilan ‘Lu-Gue’ Bukan Bahasa Asli Orang Betawi*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/20/ternyata-panggilan-lu-gue-bukan-bahasa-asli-orang-betawi> Diakses pada Agustus 2022

Zaenuddin, Ahmad (2019, 12/02). “*Sejarah Youtube Merevolusi Layanan Video di Internet*”. <https://tirto.id/sejarah-youtube-merevolusi-layanan-video-di-internet-dgFD>. Diakses pada April 2021.

https://www.youtube.com/intl/id_ALL/creators/how-things-work/content-creation-strategy/ Diakses pada 05 September 2022.

<https://indonesian.korea.net/AboutUs/Ministry-of-Culture-Sports-and-Tourism>

<http://youtube.com/about/> Diakses pada 29 Maret 2021.

http://youtube.com/intl/ALL_id/howyoutubeworks/policies/monetization-policies/