

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Fanani, M. I. D., Wali, G. Z., & Nadhifah, R. (2021). Video Animasi Sebagai Media Pembelajaran Efektif bagi Siswa Sekolah Dasar di Masa Pandemi COVID-19. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 4(2), 54–67. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v4i2.121>
- Achmad, Z., Mardiyah, S., & Pramitha, H. (2019). *The Importance of Parental Control of Teenagers in Watching Anime with Pornographic Content on the Internet*. 138(IcoCSPA 2017), 81–84. <https://doi.org/10.2991/icocspa-17.2018.22>
- Afiuddin, M. C. (2019). Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu Pada Budaya Populer Jepang Melalui Anime Dan Fashion (Studi Di Daerah Daan Mogot Cengkareng Jakarta Barat). *Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(2), 40–51.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27, 02(1), 59.
- Agusta, R. (2021). Analisis resepsi audiens remaja terhadap romantisme film Dilan 1990. *ProTVF*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v5i1.28808>
- Andina, E. (2014). Anime dan Presepsi Budaya Kekerasan pada Anak Usia Sekolah. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 5(2), 119–130.
- Area, U. M. (2021). *Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas*.
- Arsi Prinando, Darwadi MS, S. W. (2022). Analysis Japan Populer Culture To Palembang Anime Community. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 03, 1. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Asante, M. K., Miike, Y., & Yin, J. (2014). *the Global Communication*.
- Aslamiyah, M. (2013). Identitas Diri Mahasiswa Penyuka Budaya Pop Korea di Malang. *ETheses UIN Malang*, 16–57.
- Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., Ririn Aristawati, A., & Psikologi, F. (2022). Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(2), 70–75.
- Budianto, Fi. (2015). Anime, Cool Japan, Dan Globalisasi Budaya Populer Jepang. *Tinjauan Buku*, 179–185.

- Claurena, M., Wiransani, Y. A., & Kusuma, A. (2023). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Penerimaan Audiens Terhadap Flexing Pada Video "Flexing 2.0: Gelombang Disrupsi Keluarga Pejabat" 1*. 10(6), 2987–2996. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Cranmer, D. J. (1995). Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 19(2), 328–333. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(95\)90057-8](https://doi.org/10.1016/0147-1767(95)90057-8)
- Dewi, A. K., Ahmad, H. A., & Syarief, A. (2017). Persepsi Audiens Terhadap Penerapan Ciri Gerak Pada Iklan Cetak. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 2(02), 129–147. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.931>
- Eppy Yuliani ; Ardiana Yuli Puspitasari;, & Shabrina Ayu Ardini. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Kesiapan Pemekaran Wilayah Kabupaten Brebes. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Erwindo, C. W. (2018). Efektifitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 7(2), 66–78.
- Gaffari, M., Media, M., & Airlangga, U. (2022). *Persepsi dan Pemaknaan Anak Muda terhadap Tayangan Konten Pemuda Tersesat di Channel YouTube Majelis Lucu Indonesia Medkom : Jurnal Media dan Komunikasi yang berjudul " KULTUM Pemuda Tersesat ". Konte n ini hadir dengan Tretan Muslim sebagai dengan sudut. 3*, 35–47.
- Hariyanto, A. (2015). *Ideologi dan Kebudayaan di Balik Film Anime Jepang (Studi Film Anime Naruto)*.
- Heryanto, A. (2012). Budaya populer di indonesia. In *Yogyakarta: jalasutra*. [https://www.academia.edu/download/57506701/2012\\_budaya-pop-dan-persaingan-identitas-c.pdf](https://www.academia.edu/download/57506701/2012_budaya-pop-dan-persaingan-identitas-c.pdf)
- Khabib, N. K. (2022). *Perkembangan Dan Pengaruh Anime Di Indonesia, Serta Penggunaan Anime Sebagai Media Pembelajaran*. 1–47.
- Khotimah, N. (2021). Budaya Populer Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *IQTIDA : Journal of Da 'wah and Communication*, 1(1), 43–56. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v1i1.3644>
- Kusmiati, K. (2019). *Implementasi Bimbingan Keagamaan Orang Tua Dalam Menangani Krisis Moral Remaja Desa Gamong Kecamatan Kaliwungu Kudus*. 48–57.

- Language, J., Study, E., Education, L., Training, T., & Faculty, E. (2019). *Perception Of Watching Anime Abilities With The Ability To Listen To Students For The Class Of 2019 Study Program For Japanese Language Education Fkip University Of Riau Dengan Kemampuan Menyimak Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang*. 9, 1–10.
- Muhamad Dedy Santoso. (2017). Persepsi Audiens Mengenai Tayangan Kekerasan Dalam Program Acara Pesbukers Di Antv (Studi Pada Orangtua di Kelurahan Sidodamai RT 11 Samarinda). *Ilmu Komunikasi*, 5(3), 1–13.
- Nel arianty. (2014). *Persepsi Audiens Tentang Rri Sebagai Radio Berita (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Pendengar di Daerah RW 18 Kelurahan Mojolangu Dalam Program Acara Siaran Berita di RRI Programa I Stasiun Malang)*14(02), 144–150.
- Nggak, S., Matinya, A. D. A., & Fajar, K. (2016). Representasi Budaya Populer Dalam Film. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 344–358.  
[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Artikel\\_Jurnal\\_Upload\\_Dwi\\_\(08-23-16-04-56-33\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Artikel_Jurnal_Upload_Dwi_(08-23-16-04-56-33).pdf)
- Nugroho, P. A., & Hendrarastomo, G. (2017). Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime Di Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(3), 1–15.
- Nugroho, R. D., Rizqu, F. A., & Mirza, M. (2023). Makna Simbol Topeng Tengu dalam Anime Kimetsu no Yaiba karya Koyoharu Gotouge: Kajian Semiotika. *Jurnal Sakura : Sastra, Bahasa, Kebudayaan Dan Pranata Jepang*, 5(1), 199. <https://doi.org/10.24843/js.2023.v05.i01.p12>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK Karier. *Quanta*, 4(1), 44–51.  
<https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>.
- Parmadie, B. (2015). Cultural Studies: Sudut Pandang Ruang Budaya Pop. *Jurnal Studi Kultural*, 2(1), 50–57.  
<https://journals.anlimage.net/index.php/ajsk/article/view/49>
- Permatasari, A. S., & Arviani, H. (2023). Persepsi Masyarakat terhadap Pembentukan Citra Merek Pada Kolaborasi PT.Lemonilo Indonesia dengan NCT Dream sebagai Brand Ambassador. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 686.  
<https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.2758>
- Power, S., Asian, E., & Culture, P. (2012). *Pop culture*.

- Pramudika Kusuma Wardani. (2018). Budaya Partisipasi (Participatory Culture) di Kalangan Vlogger. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).  
[http://journal.unair.ac.id/LN@perilaku-penemuan-informasi-pada-komunitas-k-pop-“ever-lasting-friends-\(elf\)”-surabaya-article-11416-media-136-category-8.html](http://journal.unair.ac.id/LN@perilaku-penemuan-informasi-pada-komunitas-k-pop-“ever-lasting-friends-(elf)”-surabaya-article-11416-media-136-category-8.html)
- Prasetyo, I. (2014). Teknik Analisis Data Dalam Research and Development. *UNY: Fakultas Ilmu Pendidikan*, 6, 11.  
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310875/pengabdian/teknik-analisis-data-dalam-research-and-development.pdf>
- Pratama, A. D., & Puspitasari, A. (2020). Diplomasi Budaya Anime Sebagai Upaya Penguatan Soft Power Jepang Periode 2014-2018. *BALCONY: Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy*, 4(1), 12–14.
- Puspitasari, G., & Khasanah, U. (2019). Persepsi Terhadap Tokoh Wanita Dalam Anime 2D Menurut Para Pecinta Anime Di Indonesia. *Mezurashii*, 1(2), 59–66. <https://doi.org/10.30996/mezurashii.v1i2.3238>
- Rahayu, B. A. (2018). Dangdut Music Affects Behavior Change at School and Adolescent Youth in Indonesia: A Literature Review. *Health Science Journal*, 12(1). <https://doi.org/10.21767/1791-809x.1000552>
- Rahmawati, A., & F, S. N. (2012). Cultural Studies : Analisis Kuasa atas Kebudayaan. *UPN Jatim Repository*.  
<http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/ilkom/article/view/318>
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 87–104.
- Rohmawati, Y. (2017). *Unsur Kebudayaan Dalam Anime Berjudul Sen To*.
- Setyaji Dewanto, B., Arlando, C., Nova Oktavianus Lukito, D., Dhika Ananta Prihandono, M., Nameza Adi Prabowo Susilo, S., Lemansyah, Y., Rahmi Yulia Ningsih, dan, DKV Animasi, J., Sekolah Desain Universitas Bina Nusantara, F., & Agustus, D. (2023). *Perkembangan Dan Penerapan Animasi Cgi Dalam Media Tayang Abstrak Sejarah Artikel. XVII(2)*.  
<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi>
- Side, D., & Bidding, D. (2016). *Persepsi Audiens Pada Tayangan Televisi Bukan Sekedar Wayang Net Tv Communication Pattern Of Mentoring Program Audience Perception Of Television Program Bukan Sekedar Wayang Net Tv (1. 3(3), 1140–1146*.
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 52–66. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/516>

- Siregar, T. A., & Arviani, H. (2023). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Persepsi Remaja Terhadap Aspek Pornografi Dalam Konten Alternate Universe (Au) 21+ Akun Twitter @Caxxxsa 1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 10(9), 4156–4163. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Toi, Y. (2020). Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang Di Indonesia. *Ayumi : Jurnal Budaya, Bahasa Dan Sastra*, 7(1), 68–82. <https://doi.org/10.25139/ayumi.v7i1.2808>
- Udawananda, P. Y., Luh, N., Purnawan, R., & Pradipta, A. D. (2022). Persepsi Penonton Terhadap Product Placement Honda Super Cub Pada Serial Anime Super Cub. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*, 3(2), 1–13.
- Ui, F. I. B. (2010). *Universitas Indonesia Budaya Populer Manga Dan Anime Sebagai Soft Power Jepang Skripsi Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora YOLANA WULANSUCI FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA PROGRAM STUDI JEPANG DEPOK.*
- Venus, A. (2017). Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i1.9>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “Missing” Family Of Classical Orthogonal Polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 54–69. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “Missing” Family Of Classical Orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Wahidati, L., & Kharismawati, M. (2018). Pengaruh Konsumsi Anime Dan Manga Terhadap Pembelajaran Budaya Dan Bahasa Jepang. *Izumi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.14710/izumi.7.1.1-10>
- Wardana, I., Fasisaka, I., & Kumala Dewi, P. (2015). Penggunaan Budaya Populer Dalam Diplomasi Budaya Jepang Melalui World Cosplay Summit. *Jurnal Hubungan Internasional*, 1(03), 2–13. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/13475>
- Winduwati, S., & Wahyutristama, B. N. (2022). Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Anime Demon Slayer: Mugen Train. *Koneksi*, 6(2), 287–294. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15674>