

**STEREOTIP PEREMPUAN  
PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA  
(Analisis Resepsi Generasi Z Pada YouTube *Podcast*  
Close The Door Episode Bersama Daggy Korea)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



**Oleh:**

**GITA DHEA ADISTI  
07031282126069**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF  
STEREOTIP PEREMPUAN PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA  
(Analisis Resepsi Generasi Z Pada YouTube *Podcast*  
Close The Door Episode Bersama Daggy Korea)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi

Oleh :

GITA DHEA ADISTI  
07031282126069

Pembimbing I

Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010



Pembimbing II

Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198607072023212056



Mengetahui  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. M. Hasni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI  
STEREOTIP PEREMPUAN PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA  
(Analisis Resepsi Generasi Z Pada Youtube Podcast  
Close The Door Episode Bersama Daggy Korea)

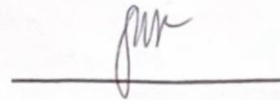
SKRIPSI  
Oleh:

GITA DHEA ADISTI  
07031282126069

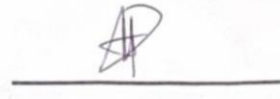
Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 14 Juli 2025  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.  
NIP.199208222018031001  
Ketua



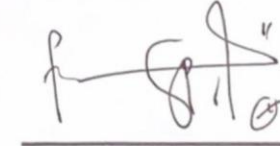
Rindang Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.198802112019032011  
Anggota



Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010  
Anggota



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 198607072023212056  
Anggota

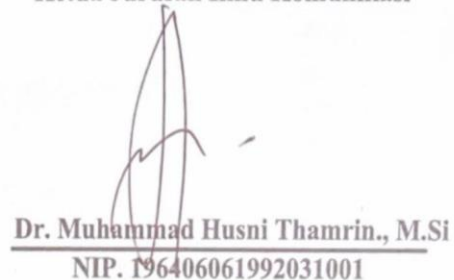


Mengetahui  
Dekan FISIP UNSRI



Prof. Dr. Alfitri, M.Si  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin., M.Si  
NIP. 196406061992031001

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gita Dhea Adisti  
NIM : 07031282126069  
Tempat dan Tanggal Lahir : Langkan, 03 April 2023  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Stereotip Perempuan Penggemar K-Pop di Indonesia (Analisis Resepsi Generasi Z Pada Youtube Podcast Close The Door Episode Bersama Daggy Korea)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 4 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan,

  
NIM. 07031282126069

## MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“If you want to be strong, learn to enjoy being alone”*

- Anne Frank

*“Barangkali suatu ditunda hendak karena hendak disempurnakan,  
dibatalkan karena hendak diganti yang utama,  
ditolak karena dinanti yang lebih baik”*

- Pin

### PERSEMBAHAN

1. Kepada diri saya sendiri sebagai peneliti.
2. Kepada Bunda, Mamas dan Ayah serta keluarga saya tercinta.
3. Kepada Alamamater saya program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

## ABSTRACT

*Stereotypes toward Indonesian female K-Pop fans are frequently discussed in public spaces, one of which appears in the Close The Door podcast featuring Daggy, which conveys negative stigma about the deviant behavior of K-Pop fangirls. The episode received various responses, particularly from Generation Z as active digital audiences who have a strong connection to Korean popular culture. This study aims to examine how the encoding process of stereotyping messages is constructed by the communicator through ten preferred readings, as well as how Generation Z decodes those messages. The research adopts Stuart Hall's encoding/decoding model using a qualitative approach. The encoding process is analyzed through three indicators: knowledge framework, relations of production, and technical infrastructure, all of which contribute to how the messages are shaped. Meanwhile, the decoding process is analyzed through three audience positions: dominant, negotiated, and oppositional. The findings show that the most dominant decoding position is negotiated. Generation Z does not entirely accept or reject the media message but rather interprets it selectively based on personal experiences, social environment, and digital media consumption. These findings affirm that Gen Z audiences are active, critical, and responsive in interpreting media messages, and reveal a tension between the encoded messages and how audiences reconstruct their meanings.*

**Keywords:** Reception Analysis, Encoding – Decoding Stuart Hall, K-Pop Fans, Z Generation, Podcast.

**Advisor I**



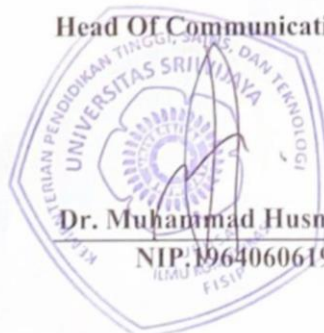
**Krisna Murti, S.I.Kom., MA**  
NIP. 198807252019031010

**Advisor II**



**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056

**Head Of Communication Departement**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRAK

Stereotip terhadap perempuan penggemar K-Pop di Indonesia kerap menjadi perbincangan di ruang publik, salah satunya melalui podcast *Close The Door* bersama Daggy yang menyampaikan stigma negatif terhadap perilaku penyimpang dari perempuan penggemar K-Pop. Tayangan ini mendapat beragam tanggapan, khususnya dari Generasi Z sebagai audiens digital aktif yang memiliki kedekatan dengan budaya Korea Selatan. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana proses *encoding* pesan stereotip dibentuk oleh komunikator melalui sepuluh *preferred reading*, serta bagaimana Generasi Z melakukan *decoding* terhadapnya. Teori yang digunakan adalah model *encoding/decoding* dari Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif. Proses *encoding* dianalisis menggunakan tiga indikator: kerangka pengetahuan, relasi produksi, dan infrastruktur teknis yang membentuk konstruksi pesan oleh komunikator. Sementara itu, *decoding* dianalisis melalui tiga posisi pemaknaan audiens, yakni dominan, negosiasi, dan oposisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi *decoding* yang paling dominan adalah negosiasi. Generasi Z tidak serta-merta menolak atau menerima isi pesan, tetapi melakukan seleksi makna berdasarkan pengalaman pribadi, lingkungan sosial, dan konsumsi media digital. Temuan ini menegaskan bahwa audiens Generasi Z bersifat aktif, kritis, dan responsif dalam menafsirkan pesan media, serta memperlihatkan adanya ketegangan antara pesan yang dikodekan dan pemaknaan ulang oleh audiens.

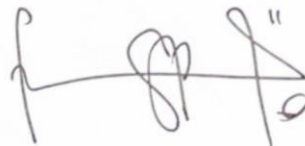
**Kata Kunci;** Analisis Resepsi, Encoding – Decoding Stuart Hall, Penggemar K-Pop, Generasi Z, Podcast.

**Pembimbing I**



**Krisna Murti, S.I.Kom., MA**  
NIP. 198807252019031010

**Pembimbing II**



**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kehadiran, rahmat dan karunia-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Stereotip Perempuan Penggemar K-Pop di Indonesia (Analisis Resepsi Generasi Z Pada YouTube *Podcast* Close The Door Episode Bersama Daggi Korea).” Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dan masukan dari berbagai pihak tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membimbing dan membantu. Adapun pihak - pihak terkait yang penulis maksud diantaranya :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mendapatkan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Kepada Bunda serta keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
3. Kepada Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku rektor Universitas Sriwijaya.
4. Kepada Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Kepada Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.



6. Kepada Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Kepada Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si selaku pembimbing akademi selama 4 tahun masa perkuliahan.
8. Kepada sahabat – sahabat saya Andien, Uki, Fadhil dan The K'Chips yang menjadi sumber kekuatan dan kebahagiaan dikala suka dan duka.
9. Kepada Eka sahabat kecil saya hingga sekarang, yang memberikan semangat dan menghibur untuk peneliti.
10. Kepada para ngabers Nisrina, Tesa, Nova Dila, Carolyn dan Fina yang menjadi teman seperjuangan perkuliahan sampai saat ini.
11. Kepada Haechan yang senantiasa memberikan energi positif dan tawa bagi penulis dalam menjalani hidup serta NCT sebagai musisi yang mengiringi hari saya dengan lagu – lagu yang luar biasa.
12. Kepada Moza, Bule, Echan, Ajay dan Abuy yakni kucing – kucing saya selalu menghibur dan menemani hari – hari sepi saya dirumah
13. Tentunya kepada diri saya sendiri, sudah mampu bertahan sejauh ini dan mampu berdiri kembali walau berkali – kali jatuh.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>11</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>13</b>
2.1.1 Stereotip.....	13
2.1.2 Analisis Resepsi .....	16
2.1.3 Teori <i>Encoding – Decoding</i> Stuart Hall .....	18

2.1.4 Media Baru .....	23
2.1.4.1 YouTube Sebagai Media Massa Baru .....	25
2.1.5 <i>Korean Wave</i> (K-Pop) .....	31
2.1.5.1 Penggemar K-Pop .....	35
<b>2.2 Kerangka Teori .....</b>	<b>42</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>45</b>
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>51</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>3.2 Definisi Konsep.....</b>	<b>52</b>
<b>3.3 Fokus Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4 Unit Analisis dan Unit Observasi .....</b>	<b>56</b>
3.4.2 Unit Observasi .....	56
3.4.1 Unit Analisis .....	56
<b>3.5 Informan Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>3.6 Sumber Data .....</b>	<b>58</b>
3.6.1 Data Primer.....	58
3.6.2 Data Sekunder .....	58
<b>3.7 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>58</b>
<b>3.8 Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>60</b>
<b>3.9 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>61</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>66</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>66</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Podcast Close The Door .....</b>	<b>66</b>
<b>4.2 Profil Daggy (Kang Min Jae) .....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>

<b>5.1 Analisis Indikator Encoding .....</b>	<b>72</b>
5.1.1 Kerangka Pengetahuan .....	72
5.1.2 Relasi Produksi .....	74
5.1.3 Infrastruktur Teknis .....	74
<b>5.2 Encoding (Pesan Dominan) .....</b>	<b>75</b>
<b>5.3 Decoding (Penerimaan atau pemaknaan pesan) .....</b>	<b>79</b>
5.3.1 Keterangan Informan .....	80
5.3.2 Analisis Resepsi Pada <i>Preferred Reading</i> .....	81
<b>5.4 Analisis Indikator Decoding .....</b>	<b>116</b>
5.4.1 Kerangka Pengetahuan .....	117
5.4.2 Relasi Produksi .....	127
5.4.3 Infrastruktur Teknis .....	135
<b>BAB VI .....</b>	<b>142</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>142</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>142</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>144</b>
6.2.1 Saran Teoritis .....	144
6.2.2 Saran Praktis .....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>153</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Negara Dengan Penggemar K-Pop Terbebanyak 2021 .....	2
Gambar 1. 2 Tangkapan Layar Thumbnail Podcast.....	4
Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Komentar Dalam Podcast Close The Door .....	6
Gambar 1. 4 Tangkapan Layar Tanggapan Influencer Tiktok terhadap Podcast Close The Door Bersama Daggy .....	7
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Saluran YouTube Podcast Close The Door .....	66
Gambar 4. 2 Foto Profil Daggy (Kang Min Jae).....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	54
Tabel 5. 1 <i>Preferred Reading</i> .....	76
Tabel 5. 2 Hasil Analisis Resepsi Pada <i>Preferred Reading 1</i> .....	81
Tabel 5. 3 Hasil Analisis Resepsi Pada <i>Preferred Reading 2</i> .....	83
Tabel 5. 4 Hasil Analisis Resepsi Pada <i>Preferred Reading 3</i> .....	86
Tabel 5. 5 Hasil Analisis Resepsi <i>Preferred Reading 4</i> .....	89
Tabel 5. 6 Hasil Analisis Resepsi <i>Preferred Reading 5</i> .....	92
Tabel 5. 7 Hasil Analisis Resepsi <i>Preferred Reading 6</i> .....	96
Tabel 5. 8 Hasil Analisis <i>Preferred Reading 7</i> .....	99
Tabel 5. 9 Hasil Analisis <i>Preferred Reading 8</i> .....	103
Tabel 5. 10 Hasil Analisis Resepsi <i>Preferred Reading 9</i> .....	106
Tabel 5. 11 Hasil Analisis Resepsi <i>Preferred Reading 10</i> .....	110

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Data Top 10 Favorite Musik Indonesia Tahun 2024 .....	2
Bagan 1. 2 Data Kegiatan Yang Dilakukan Generasi Muda di Waktu Luang.....	9
Bagan 2. 1 Model Encoding – Decoding Stuart Hall .....	20
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	45

# **BAB I**

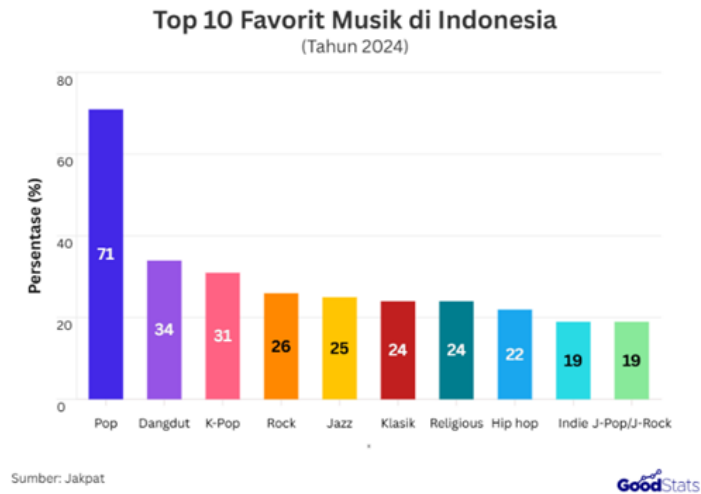
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehadiran budaya populer Korea Selatan, yang dikenal dengan istilah *Korean Wave* (Hallyu), telah menjadi fenomena global yang signifikan. Dari berbagai elemen budaya yang membentuk *Hallyu*, musik pop Korea atau K-Pop menjadi salah satu yang paling menonjol dan berpengaruh secara global, mampu menarik perhatian jutaan penggemar dari berbagai lapisan masyarakat. Fenomena ini menciptakan komunitas penggemar yang sangat aktif, khususnya di kalangan perempuan, baik dalam bentuk konsumsi media, partisipasi dalam fandom, hingga aktivitas sosial yang berkaitan dengan idola mereka yang disebut juga dengan aktivitas *Fangirling* atau *fanboying*.

Popularitas budaya Korea mulai meningkat sejak tahun 1999, ketika musik pop Korea dan drama televisinya memperoleh perhatian besar di Tiongkok. Fenomena ini kemudian menyebar secara luas ke berbagai negara di Asia, termasuk Indonesia (Kim, 2017). Dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia sendiri pengaruh budaya Korea (K-Wave atau Hallyu) semakin menguat terutama pada generasi muda, sebagaimana berdasarkan data dari laman [goodstats.id](http://goodstats.id) yang diambil dalam laporan berjudul *Music Concert Trends & Fan Behaviours 2024* oleh Jakpat (Jajak Pendapat) pada responden berjumlah 2.131 masyarakat yang berkedudukan di Jawa dan Bali.





**Bagan 1. 1 Data Top 10 Favorite Musik Indonesia Tahun 2024**  
(Sumber : Goodstats)

Dalam survei tersebut genre musik K-Pop menempati posisi ketiga sebagai genre musik favorit di Indonesia dengan perolehan persentase 31%. Ini menunjukkan kepopuleran dan tingginya daya saing musik K-Pop ditengah genre musik lokal dan global lainnya. Selain itu tingginya antusias masyarakat akan genre musik tersebut telah membentuk masyarakat dalam suatu komunitas penggemar disebut juga dengan Kpopers. Komunitas penggemar K-Pop di Indonesia memiliki cakupan yang besar dan sangat aktif dalam ruang media sejalan dengan predikat yang diberikan Twitter pada tahun 2021.



**Gambar 1. 1 Data Negara Dengan Penggemar K-Pop Terbebanak 2021**  
Sumber : twitter

Indonesia menempati peringkat pertama sebagai Negara dengan penggemar K-Pop terbanyak dan juga sebagai Negara yang paling banyak membicarakan K-Pop di Twitter yang dianalisis berdasarkan *unique authors*. Kemudian menurut survei Jakpat tahun 2022 dalam laman databoks.katadata.id menyebutkan sebagian besar penggemar K-Pop didominasi oleh Perempuan dengan persentase 28,2% perempuan dan pada laki - laki yakni hanya 4,2%. Keterlibatan perempuan dalam dunia K-Pop tidak hanya sebatas hiburan semata, tetapi juga menjadi bagian dari ekspresi identitas, afiliasi emosional, serta bentuk partisipasi dalam budaya global.

Berdasarkan berbagai data tersebut, musik dan penggemar K-Pop memiliki posisi yang signifikan dalam lanskap budaya populer di Indonesia. Mereka berperan besar dalam membentuk tren di ruang digital maupun kehidupan sosial, misalnya melalui aktivitas streaming dan diskusi daring seputar idola yang didukung. Aktivitas ini terkadang memicu konflik antar fandom. Namun, di sisi lain, keterlibatan mereka dalam berbagai aksi sosial menunjukkan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar. Fenomena ini membuat penggemar K-Pop sering menjadi subjek sorotan dan diskursus publik yang luas.

Di tengah popularitas dan antusiasme yang tinggi terhadap budaya K-Pop, muncul berbagai pandangan negatif dan stereotip terhadap para penggemarnya, khususnya perempuan. Stereotip ini sering kali menggambarkan perempuan penggemar K-Pop sebagai berlebihan, fanatik, tidak rasional, dan mudah terbawa perasaan. Stereotip terhadap kelompok tertentu seperti perempuan penggemar K-Pop ini sering kali muncul sebagai bentuk generalisasi atau penyebaran ideologi oleh suatu pihak yang belum tentu mencerminkan realitas.

Perempuan dalam kehidupan sosial tidak lepas dari penilaian dan konstruksi yang bias kerap kali disangkut pautkan dengan hal negatif baik dalam aspek perilaku, gaya hidup, hingga preferensi budaya (Puspita & Muktiyo, 2017). label negatif yang terus menerus disebarkan tak hanya berdampak pada opini publik namun dapat mempengaruhi bagaimana perempuan diperlakukan dalam kehidupan sehari – hari seperti, melenggang bebasnya berbagai tindakan seksisme berupa diskriminasi atau prasangka buruk, kekerasan seksual, dan pelecehan verbal (Karwati et al., 2024). Citra negatif ini tidak hanya hadir dalam percakapan sehari-hari masyarakat, tetapi juga diperkuat oleh media, baik media arus utama maupun media baru seperti podcast, YouTube, dan platform digital lainnya.



**Gambar 1. 2 Tangkapan Layar *Thumbnail Podcast Close The Door Episode Bersama Daggy***  
(Sumber : YouTube)

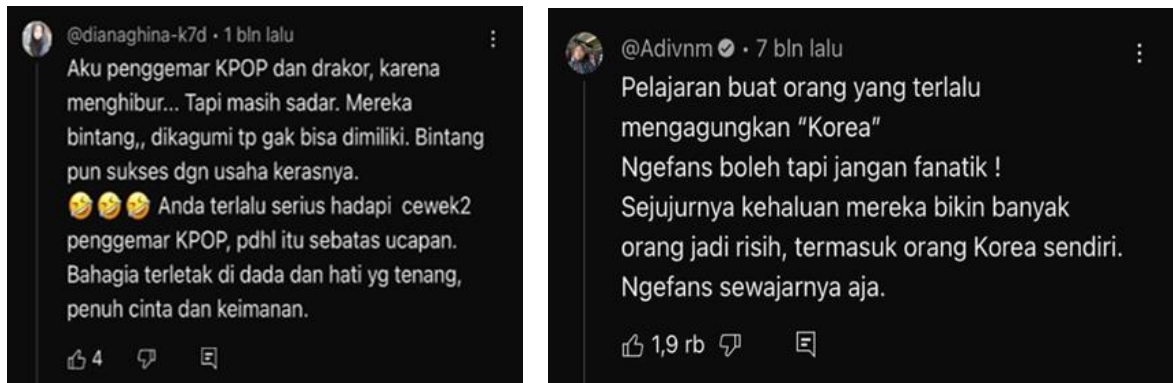
Konten *podcast* YouTube Close The Door berjudul "Cewe2 Gila K-Pop Itu Gampang S3x dan Murah", yang dipublikasikan pada tanggal 3 Juli 2024 dan ditonton lebih dari 3,5 juta kali serta memperoleh sekitar 32 ribu komentar, menjadi salah satu contoh bagaimana stereotip terhadap perempuan, khususnya penggemar K-Pop, dipaparkan dan diperdebatkan di ruang publik digital.

Dalam episode tersebut, Deddy Corbuzier selaku host mengundang seorang *influencer* asal Korea Selatan bernama Kang Min Jae, yang lebih dikenal dengan nama Daggy. Daggy dikenal aktif di berbagai platform media sosial dan kerap membuat konten hiburan yang berfokus pada isu-isu budaya Korea Selatan. Selain itu dia juga dikenal karena kritik-kritiknya yang memuat kontroversi terhadap cara masyarakat Indonesia dalam mengadopsi budaya Korea, termasuk fenomena fandom K-Pop yang menurutnya sering kali berlebihan.

Sebagaimana dalam *Podcast* tersebut yang memuat pernyataan – pernyataan memicu kontroversi di masyarakat khususnya mengenai perempuan penggemar K-Pop di Indonesia. Kontroversi pertama muncul dari judul yang digunakan, secara eksplisit menggambarkan perempuan penggemar K-Pop dengan label negatif seperti “pelacur,” “gampang sex,” dan “murahan.” Judul ini tidak hanya bersifat provokatif, tetapi juga memproduksi stereotip negatif yang mengaitkan kegemaran terhadap K-Pop dengan isu moralitas dan harga diri perempuan. Selain itu, narasumber dalam *podcast*, yakni Daggy, menyampaikan kritik secara terbuka terhadap cara sebagian masyarakat Indonesia, khususnya perempuan, dalam mengagumi budaya Korea Selatan. Ia menilai bahwa pengidolaan tersebut kerap kali tidak disertai dengan batasan yang wajar, sehingga melahirkan perilaku yang dianggap berlebihan, seperti delusi, fanatisme, dan ketertarikan berlebihan terhadap idola atau pria - pria asal Korea Selatan.

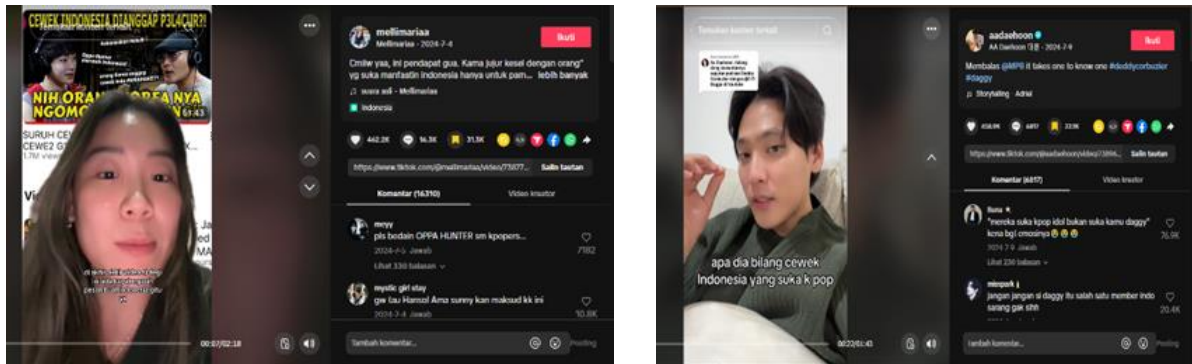
Pernyataan-pernyataan tersebut memperlihatkan bagaimana media memiliki peran dalam mereproduksi stereotip negatif terhadap kelompok tertentu, dalam hal ini komunitas perempuan penggemar K-Pop dan dapat berdampak pada

penerimaan pesan oleh penonton, terlihat dari tingginya intensitas komentar serta tanggapan masyarakat terhadap konten tersebut.



**Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Komentar Dalam Podcast Close The Door Episode Bersama Daggy**  
Sumber : YouTube

Pada akun @adivm berkomentar “Pelajaran buat orang yang selalu mengagungkan “Korea” ngefans boleh tapi jangan fanatik! Sejujurnya kehaluan mereka bikin banyak orang jadi risih, termasuk orang Korea sendiri ngefans sewajarnya aja.” Pendapat ini mendukung daripada pesan yang disampaikan dalam podcast tersebut. Lain hal yang disampaikan oleh akun @dianaghina-k7d yang menunjukkan ketidaksepatannya dengan berkomentar “Aku penggemar KPOP dan drakor karena menghibur tapi masih sadar mereka bintang dikagumi tapi tidak bisa dimiliki. Bintang pun sukses dengan usaha kerasnya. Anda terlalu serius hadapi cewek2 penggemar KPOP, padahal itu sebatas ucapan. Bahagia terletak di dada dan hati yang tenang, penuh cinta dan keimanan.”



**Gambar 1. 4 Tangkapan Layar Tanggapan *Influencer* Tiktok terhadap *Podcast* *Close The Door* Episode Bersama Daggy (Sumber : Tiktok)**

Tak hanya komentar langsung, meluasnya konten *podcast* tersebut turut menimbulkan tanggapan oleh *Influencer* Tiktok di Indonesia seperti oleh akun @aadehoon yang menyatakan ketidaksetujuannya terhadap penggambaran negatif penggemar K-Pop dalam *podcast* tersebut, dan ada juga yang setuju terhadap pesan dalam *podcast* tersebut seperti oleh akun @mellimariaa. Beberapa dari komentar dan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa upaya stereotip pada perempuan penggemar K-Pop dalam *podcast* *Close The Door* tersebut menjadi fenomena yang cukup berdampak dalam dinamika sosial maupun ruang digital. Demikian pula melihat pada ragamnya pemaknaan atau penerimaan oleh audiens akan pesan dalam *podcast* tersebut menjadi dasar bahwa audiens memiliki peran aktif untuk tidak hanya menelan suatu informasi atau pesan secara mentah – mentah namun juga berperan untuk dapat memproduksi makna pesan tersebut sesuai latar belakang maupun pengalaman masing – masing individu. (Sari, 2022).

Jika ditilik kembali media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi publik melalui representasi yang mereka bangun. Dalam hal ini, proses representasi dalam media sangat dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan ideologi tertentu yang dapat memperkuat atau menantang stereotip yang ada. Oleh karena itu, penting

untuk mengkaji bagaimana media membingkai perempuan penggemar K-Pop, serta bagaimana pesan-pesan dalam konten tersebut dipahami dan dimaknai oleh khalayak. Dalam konteks ini, pendekatan dengan teori *encoding - decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall menjadi relevan untuk memahami bagaimana makna dibentuk, disampaikan, dan diinterpretasikan oleh audiens dalam proses komunikasi media.

Teori *encoding – decoding* oleh Stuart Hall mengasumsikan bahwa proses komunikasi adalah bersifat interaktif, di mana pesan yang disampaikan oleh pengirim (encoder) dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara oleh penerima (decoder). Latar belakang, pengalaman, pengetahuan, serta frekuensi dalam menerima pesan oleh audiens menjadi faktor bagaimana menginterpretasikan pesan yang ada dalam media. Dalam teori ini terdapat tiga kategori audiens dalam menerima pesan dalam konten media menurut Hall antara lain, dominan (menerima pesan sesuai maksud pengirim), negosiasi (menerima sebagian dan menolak sebagian), dan oposisi (sepenuhnya menolak pesan (Hall et al., 2011)).

Adapun yang dimaksud sebagai audiens sekaligus informan dalam penelitian ini adalah individu dari generasi Z (Lahir 1997-2012) di Palembang. Dijuluki sebagai *digital native* atau lahir dan tumbuh di era digital menjadikan Generasi Z sangat akrab dan terbiasa mengakses dan merespons konten melalui media sosial, serta memiliki literasi digital yang relatif tinggi.



**Bagan 1. 2 Data Kegiatan Yang Dilakukan Generasi Muda di Waktu Luang**  
Sumber : Goodsats

Diperkuat data oleh GoodStats (2024), 63% Generasi Z menghabiskan waktu luang mereka dengan media sosial, menjadikan mereka kelompok yang paling terpapar dan terlibat dalam diskursus digital, termasuk terhadap konten-konten seperti podcast YouTube. Terlepas dari popularitas Generasi Z mereka memiliki karakteristik yang sesuai atau sejalan dengan prinsip audiens aktif dalam teori *encoding-decoding* Hall.

Selain itu, dalam survei tersebut GoodStats sekaligus menyebutkan bahwa isu-isu sosial seperti ketimpangan ekonomi, kesehatan mental, dan kesetaraan gender merupakan perhatian utama Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya sebagai konsumen konten, tetapi juga sebagai pihak yang reflektif dan kritis dalam menyikapi representasi media.

Meski demikian, perlu diakui bahwa Generasi Z bukan kelompok yang homogen. Tingkat literasi media dan kepekaan sosial mereka dapat bervariasi tergantung pada latar belakang pendidikan, kelas sosial, dan lingkungan digital yang mereka ikuti. Oleh karena itu, pemilihan informan Generasi Z dalam



penelitian ini dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan keterlibatan dan kapasitas mereka dalam memahami serta memaknai pesan media secara aktif. Demikian peneliti melihat Generasi Z merupakan kelompok yang relevan dalam konteks studi ini, karena mereka berada dalam posisi strategis sebagai pengguna, pengamat, dan penafsir konten media digital yang merepresentasikan stereotip terhadap perempuan, khususnya dalam budaya populer seperti K-Pop.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan memfokuskan perhatian pada analisis resepsi stereotip perempuan penggemar K-Pop dalam konten podcast “Close The Door” oleh Deddy Corbuzier, dengan tujuan untuk memahami bagaimana proses encoding dan decoding bekerja dalam membentuk dan merespons stereotip yang muncul serta bagaimana peran aktif audiens dalam memaknai pesan didalamnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian media dan budaya populer, khususnya dalam konteks relasi gender, fandom, dan dinamika representasi di era digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini yakni :

“Bagaimana Resepsi Gen Z pada *Podcast* YouTube Close The Door dalam episode bersama Daggy terkait stereotip negatif perempuan penggemar Kpop di Indonesia.”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berangkat dari rumusan masalah adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yakni :

“Untuk mengetahui resepsi Gen Z pada *Podcast* YouTube Close The Door dalam episode Bersama Daggy terkait stereotip negatif perempuan penggemar Kpop di Indonesia”

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, antara lain :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi dan dijadikan referensi untuk penelitian sejenis, khususnya penelitian yang berkaitan dengan kajian berupa bentuk - bentuk penerimaan audiens melalui teori *encoding - decoding* oleh Stuart Hall dalam suatu pesan media atau konten yang berkembang saat ini.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat konten digital agar lebih memperhatikan aspek representasi gender dalam produksi media. Kemudian pada masyarakat umum sebagai bentuk edukasi literasi media agar lebih

kritis dalam memaknai pesan-pesan media populer yang berpotensi membentuk stereotip negatif terhadap kelompok tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrinda Cahyantika, Yesi Widya Inka Sari, Ahmad Saleh, & Muhammad Gilang Firmansyah. (2023). Kecanduan K-Pop (Korean Pop) pada Remaja. *Proceeding Conference On Psychology and Behavioral Sciences*, 2(1), 271–275. <https://doi.org/10.61994/cpbs.v2i1.76>
- Agungnugraha, R., & Tegal, U. P. (2025). *KOMUNIKASI DAN PSIKOLOGI SOSIAL PENERBIT CV . EUREKA MEDIA AKSARA* (Issue March).
- Ahdiyati, M. A. (2020). Kekerasan verbal di konten YouTube Indonesia dalam perspektif kultivasi. *Ettisal: Journal of Communication*, 5(2), 211–225.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Arianto, B. (2024). Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif. In *Borneo Novelty Publishing: Vol. 10.70310/q* (Issue December). <https://doi.org/10.70310/q81zdh33>
- Chandra, E. (2010). Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Universitas Tarumanagara Jakarta*, 406–417. <https://journal.untar.ac.id>
- Fauzi, R., & Harfan, I. A. (2020). Implikasi Podcast di Era New Media. *Communicative : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 1(2), 72. <https://doi.org/10.47453/communicative.v1i2.407>

- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2011). *Budaya Media Bahasa (Teks Utama Penganang Cultural Studies 1972-1979)* (M. Bagus (ed.); 1st ed.). Jalasutra.
- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, Dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Ulayat*, *11*, 55–74. <https://doi.org/10.24854/jpu714>
- Imarshan, I. (2021). Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, *5(2)*, 213. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.213-221>
- Indah Apriliani, Lania Muharsih, & Nita Rohayati. (2022). Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, *1(1)*, 75–84. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.615>
- Indah Pratiwi, D., & Bayu Widagdo, M. (2024). PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP SEKSISME PADA SOSOK JENG YAH DALAM SERIAL FILM GADIS KRETEK (2023). *Interaksi Online; Vol 13, No 1: Januari 2025*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/48941>
- Kim, J. (2017). *K-popping: Korean women, K-pop, and fandom*. University of California, Riverside.
- Lee, S. J. (2011). The Korean Wave: The Seoul of Asia by Sue Jin Lee-85. *The*

*Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 85.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34156228/09SueJin-libre.pdf?1404893146=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe\\_Korean\\_Wave\\_The\\_Seoul\\_of\\_Asia.pdf&Expires=1699266910&Signature=EDsA8lg7~tAPc7bEptQIxFIR93S1gEQi7uZMZgR4OCon8zZLsCJXjgm-Xw0y](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34156228/09SueJin-libre.pdf?1404893146=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_Korean_Wave_The_Seoul_of_Asia.pdf&Expires=1699266910&Signature=EDsA8lg7~tAPc7bEptQIxFIR93S1gEQi7uZMZgR4OCon8zZLsCJXjgm-Xw0y)

Lippmann, W. (1965). Public opinion. URL: [Http://Infomotions.Com/Etexts/Gutenberg/Dir/Text04/Pbp Nn10. Htm](http://Infomotions.Com/Etexts/Gutenberg/Dir/Text04/Pbp Nn10. Htm).

Livingstone, S. (2004). The Challenge of Changing Audiences: Or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2019). Qualitative Data Analysis. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: remaja rosdakarya.

Morley, D. (1993). David Morley: Television, Audiences and Cultural Studies. In *MedieKultur: Journal of media and communication research* (Vol. 9, Issue 21). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v9i21.994>

Muhammad Naufaldi, & Dwi Susanti. (2023). Analisis Resepsi Konten Sabdo

Palon Nagih Janji pada Kanal YouTube Kisah Tanah Jawa terhadap Nilai Budaya dan Kehidupan. *Jurnal Audiens*, 4(1), 65–74. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i1.6>

Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (19th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Nadie, L. (2019). *MEDIA MASSA DAN PASAR MODAL: Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public*. Pustaka Kaji. [https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=3qGtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=MEDIA+MASSA+DAN+PASAR+MODAL:+Strategi+Komunikasi+bagi+Perusahaan+Go+Public&ots=jL2O\\_kS0dH&sig=knW6JD9uQiWRJrdcdYNXXkuQTt8](https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=3qGtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=MEDIA+MASSA+DAN+PASAR+MODAL:+Strategi+Komunikasi+bagi+Perusahaan+Go+Public&ots=jL2O_kS0dH&sig=knW6JD9uQiWRJrdcdYNXXkuQTt8)

Nasution, A. F. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

Netanya Astu P.D., R. R., & Kusuma, S. (2024). Analisis Resepsi Kekerasan Seksual pada Perempuan dalam Film *Penyalin Cahaya*. *Jurnal InterAct*, 12(2), 97–106. <https://doi.org/10.25170/interact.v12i2.4896>

Nugroho, I., & Irwansyah, I. (2021). Konvergensi Konten Audio di Media Online (Studi Kasus Podcast Detik.com). *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 55–70.

<https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i1.9753>

Nurhadi, Z. F. (2020). YouTube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 170–190. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i2.1585>

Ode Sumirna, W., Fajar Maulana, H., Rizal Ardiansah Putra, M., & Muhammadiyah Buton Baubau Correspondence Author, U. (2023). Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1612–1626. <http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/mm>

Parayil, S. K. (2023). Media and Cultural Studies. In *Practising Interdisciplinarity*. <https://doi.org/10.4324/9781003329428-13>

Pramasti, D. K. Z., & Khairussalam. (2024). Pengaruh Pembelian Merchandise NCT terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa FISIP ULM. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(4), 415–426. <https://doi.org/10.20527/hjs.v3i4.347>

Praselia, C. (2024). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK NILAI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN “KECAP ABC BANTU SUAMI SEJATI HARGAI ISTRI” DENGAN MEDIA YOUTUBE PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNISSULA* [Islam Sultan Agung University]. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/36619>

Pratita, P. B., Yuliana, N., Sultan, U., Tirtayasa, A., Korea, B., & Sosial, K. (2023). Fenomena budaya K-pop telah menjadi bagian integral. *Jurnal Multidisiplin*



*Ilmu Sosial*, 2(8), 31–40.

Purba, H., Utami, K., Aristi, S. M., & Soetandijo, V. J. (2023). Menganalisa Perkembangan Budaya Korea Dan Pengaruhnya Di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 110–123.  
<https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.696>

Rahima, A. (2017). Literature Reception (a Conceptual Overview). *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 6(1), 1–16.

Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13.  
<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>

Sari, M. K. (2022). Fenomena Pawang Hujan (Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Terhadap Pawang Hujan Mandalika Dalam Video Berjudul “Mendebat Si Pawang Hujan” Pada Podcast Deddy Corbuzier). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 275–285. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4291>

Satriani, R., Nuraida, N., & Puspita Dewi, E. (2024). Resepsi Penonton Terhadap Makna Stereotip Gender Perempuan dalam Film Barbie Karya Greta Gerwig. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 2(2), 238–246.  
<https://doi.org/10.59388/sscij.v2i2.380>

Septiana, R., & Briandana, R. (2024). *IDENTITAS DIRI DAN ISU KESEHATAN MENTAL: INTERPRETASI REMAJA TERHADAP KONTEN PODCAST.*

23(01),

81–101.

<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22441/visikom.v23i01.25263>

Silfia, I., & Kurniawan, R. (2022). Stigma Media terhadap Fandom Perempuan dalam Pemberitaan Penggemar K-Pop. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 1–16.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art1>

Sri Yenti, N., M.Si. Ph.D, D. S., Mairiza, N., Anggraini, N., Febriani, E., & Fadilla, P. (2022). Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 2(2), 176–191.  
<https://doi.org/10.37304/enggang.v3i1.4941>

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.

Tan, S., & Alfrin Aladdin, Y. (2018). Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.Com Dari Kalangan Mahasiswa/I Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua Bem Ui. *Jurnal SEMIOTIKA*, 12(1), 62–72.  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/journal/view/13550>

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>

Vira, A., & Reynata, E. (2022). Penerapan YouTube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101.

<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>

Wiladi, G. J. |, & Afrianti, D. M. (2024). Pengaruh Literasi Media Digital Terhadap Tindakan Penyebaran Berita Palsu Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(21), 352–360. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14405369>

Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Woran, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Kpop Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 965. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43526>