



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adams, S. (2017). *The designer's dictionary of color*. New York: Abrams.
- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ascher, S. & Pincus, E. (2012). *The filmmaker's handbook: A comprehensive guide for the digital age*. 4th ed. Penguin Group.
- Barker, C. & Jane, E.A. (2016). *Cultural studies: Theory and practice*. 5th ed. SAGE Publications.
- Buchbinder, D. (2013). *Studying man and masculinities*. Routledge.
- Giannetti, L. (2013). *Understanding movies, thirteenth edition*. Pearson Education, Inc.
- Glass, L. (2012). *The body language advantage: Maximize your personal and professional relationships with this ultimate photo guide to deciphering what others are secretly saying, in any situation*. USA: Fair Winds Press.
- Hall, M. (2015). *Metrosexual masculinities*. UK: Palgrave Macmillan.
- Ismoyo, T. (2018). *Metroseksual*. Deepublish.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. 2nd ed. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP.
- Kuhnke, E. (2016). *Body language: Learn how to read others and communicate with confidence*. Capstone.
- Landa, R. (2014). *Graphic design solutions*. 5th ed. Wadsworth Publishing.
- Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC: Principles & practice*. 10th ed. Pearson.
- Navarro, J. (2018). *The dictionary of body language: A field guide to human behavior*. HarperCollins.
- Oswald, L.R. (2015). *Creating value: The theory and practice of marketing semiotics research*. UK: Oxford University Press.
- Quesenberry, K.A. (2019). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. 2nd ed. UK: Rowman & Littlefield.

- Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahjuwibowo, S.I. (2018). *Semiotika komunikasi aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*. 3rd ed. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wahyudi, I. (2011). *Pusparagam sosial-budaya Korea: Operasi plastik generasi muda Korea*. Yogyakarta: Inakos Publisher.
- Wibowo, S.I. (2013). *Semiotika komunikasi – Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*. 2nd ed. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Jurnal:

- Adji, M. & Meilinawati, L. (2019). Representasi gaya hidup dan tradisi minum kopi dalam karya sastra. *Patanjala*, 11(3), 381-398. DOI: 10.30959/patanjala.v11i3.523.
- Demartoto, A. (2010). Konsep maskulinitas dari jaman ke jaman dan citranya dalam media. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*.
- Eastman, J.K., et. al. (2018). Do they shop to stand out or fit in? The luxury fashion purchase intentions of young adults. *Psychology & Marketing*, 35(3), 220-236. DOI: 10.1002/mar.21082.
- Epstein, S. & Joo, R.M. (2012). Multiple exposures: Korean bodies and the transnational imagination *さまざまなさらし方—韓国の体型美志向と国境をこえる想像力*. *The Asia-Pacific Journal*, 10(33). 1-24.
- Epure, M., Eisenstat, E., & Dinu, C. (2014). Semiotics and persuasion in marketing communication. *Linguistic and Philosophical Investigations*, 13, 592-605. DOI: 10.0000/www.ceeol.com/30143.
- Hall, S. (2012). *Representation*. London: SAGE Publication.
- Haryanto, N. (2017). Konstruksi identitas gender beauty vlogger laki-laki pada youtube.
- Hay, J. Hall, S., & Grossberg, L. (2013). Interview with stuart hall. *Communication and critical/ cultural studies*, 10(1), 10-33. DOI: 10.1080/14791420.2013.768404.
- Holliday, R. & Hwang, J.E. (2012). Gender, globalization and aesthetic surgery in South Korea. *Body & Society*, 18(2), 58-81. DOI: 10.1177/1357034X12440828.

- Iswandi, H. (2018). Peran dan pengaruh tampilan desain pada periklanan. *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(3), 100-109. ISSN print: 2502-8626. ISSN online: 2549-4074.
- Kim, C.S. & Park, M.R. (2014). A study on the appearance care behaviors, clothing selection behaviors and clothing design preference of 20-30's Korean men by the level of grooming. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(2), 245-254. DOI: 10.5805/sfti.2014.16.2.245.
- Kim, D. & Jang, S. (2014). Motivational drivers for status consumption: A study for generation y consumers. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 39-47. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.12.003.
- Kodri, M.A.A. (2016). Representasi maskulinitas boyband shinee dalam video klip ring ding dong melalui analisis semiotika. *Jurnal Society*, 6(1), 51-60.
- Kurniawan, A.W., et al. (2018). Metrosexual lifestyle and interpersonal relationships. *Advance in Social Science, Education and Humanities Research*, 260, 20-23. DOI: 10.2991/icomacs-18.2018.5.
- Larasati, D. (2018). Globalisasi budaya dan identitas: Pengaruh dan eksistensi hallyu (korean wave) versus westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 109-120.
- Lee, S.Y., Gregg, A.P., & Park, S.H. (2013). The person in the purchase: Narcissistic consumers prefer products that positively distinguish them. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(2), 335-352. DOI: 10.1037/10032703.
- Matus, P. (2018). Discursive representation: Semiotics, theory, and method. *Semiotica*, 2018(225), 103-127. DOI: 10.1515/sem-2017-0019.
- Mellawatie, A., et al. (2017). Representasi laki-laki metroseksual dalam iklan Vaseline men face moisturizer. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(1), 10-17. ISSN: 2548-3242 (cetak). eISSN: 2549-0079.
- Moon, S. & Chung, S. (2011). A study on formative characteristics of the metrosexual in men's fashion⁺. *Journal of Fashion Business*, 15(6), 204-215.
- Mulyana, A. (2014). Representasi gaya hidup pria metroseksual di majalah pria ibukota. *Journal Visi Komunikasi*, 13(01), 69-86.
- Murtiningsih, B.S.E. (2016). The role of cultural competence to overcome intercultural communication conflict: Case study of Indonesian and Korean students in kyungsoong university, South Korea. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(6), 213-221. DOI: 10.5901/mjss.2016.v7n6p213.

- Noviasari, G. (2011). Make up sebagai tampilan maskulin dalam video klip super junior “mr. simple” dan “no other.” *Commonline Departemen Komunikasi*, 2(2), 74-83.
- Sharma, S.K. & D, S. (2018). An in-depth analysis of why the South Korean market targets their men for the cosmetics industry more than their women. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 3(1), 132-133.
- Song, J.E.R. The soybean paste girl: The cultural and gender politics of coffee consumption in contemporary South Korea. *Journal of Korean Studies*, 19 (2), 429-448. DOI: 10.1353/jks.2014.0026.
- Triswidiastuty, S. & Kahija, Y.F.L. (2015). Memahami makna menjadi pria metroseksual. *Jurnal Empati*, 4(2), 58-64.
- Winarni, R.W. (2010). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan. *Deiksis*, 2(2), 134-152. DOI: 10.30998/deiksis.v2i02.399.
- Workman, J.E. & Cho, S. (2013). Gender, fashion consumer group, need for touch and Korean apparel consumers’ shopping channel preference. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 522-529. DOI: 10.1111/ijcs.12017.

Skripsi:

- Ansori, M.T. (2014). Representasi pria dalam iklan vaseline for men versi ariel noah “analisis semiotika roland barthes.” [skripsi]. Surabaya (ID): Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Choo, H.W. (2015). The cultural production and consumption of the fit body in South Korea: Focus on established – outsider figuration of the body in the fitness field. [thesis]. England (UK): University of Leicester.
- Matthews, C. (2019). The thrill of the fight – sensuous experiences of boxing – towards a sociology of violence. [thesis]. England (UK): Loughborough University.
- Putri, N. (2016). Makna fashion bagi laki-laki Korea dilihat dari film pesyeonwang. [makalah non-seminar]. Depok (ID): Universitas Indonesia.
- Putri, R.S. (2014). Gaya hidup kaum urban dalam iklan 3 (three). [skripsi]. Serang (ID): Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rahmawati, Y. (2019). Penggambaran laki-laki metroseksual dalam iklan nature republic bamboo charcoal nose&t-zone pack versi exo. [skripsi]. Surabaya (ID): Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sumber Internet:

- Adam, A. (2018, September 24). Pria muda milenial makin sadar pada penampilan. Diakses dari: <https://tirto.id/pria-muda-milenial-makin-sadar-pada-penampilan-an-c1o5>
- Amaliafitri, A. (2010, Maret 12). Vaseline men, jawab kebutuhan pria masa kini. Diakses dari: <https://lifestyle.okezone.com/read/2010/03/12/28/311974/vaseline-men-jawab-kebutuhan-pria-masa-kini>
- Anjungroso, F. (ed.). (2015, Juli 16). Pria zaman sekarang bercermin lebih banyak dari perempuan. Diakses dari: <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2015/07/16/pria-zaman-sekarang-bercermin-lebih-banyak-dari-perempuan>
- Anna, L.K. (2018, Februari 9). Di Korea Selatan, pria juga butuh tampil “cantik.” Diakses dari: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/02/09/071000320/di-korea-selatan-pria-juga-butuh-tampil-cantik->
- Baskoro, D. (2017, Februari 20). Pakaian biru navy untuk pria mencerminkan kepribadian yang hangat. Diakses dari: <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/02/20/194/1622951/pakaian-biru-navy-untuk-pria-mencerminkan-kepribadian-yang-hangat>
- Cahya, P. & Rahayu, D.S. (2020, Maret 14). Bukan oplas, ini 7 kebiasaan unik orang Korea yang jarang diketahui. Diakses dari: <https://www.idntimes.com/travel/destination/putriana-cahya/7-kebiasaan-unik-orang-korea-yang-jarang-diketahui/7>
- Caldwell, G. (2018, Februari 26). Laneige to beef up men’s offer; Announces park seo-joon as new face. Diakses dari: <https://www.globalcosmeticsnews.com/laneige-to-beef-up-men-s-offer-announces-park-seo-joon-as-new-face/>
- Desire, A. (2019, April 9). Di Korea, ini 5 brand kosmetik yang paling populer dan laris diburu. Diakses dari: <https://www.idntimes.com/hype/viral/anastasia/brand-kosmetik-amorepacific-korea/full>
- Gumiwang, R. (2019, Juni 21). Di balik tren masuknya para artis ke industri kosmetik. Diakses dari <https://tirto.id/di-balik-tren-masuknya-para-artis-ke-industri-kosmetik-ecFW>
- Gustiawati, I. (2014, Mei 2). Yang khas dari pria metroseksual: Hobi bercermin dan suka dandan. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/2044745/yang-khas-dari-pria-metroseksual-hobi-bercermin-dan-suka-dandan>
- Inayah. (2019, April 24). Tren male beauty di Korea Selatan, akankah berkembang juga di negara barat? Diakses dari: <https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Tren-Male-Beauty-Korea-Selatan-7789/>

- Ita. (2018, September 6). Tren pria cantik di Korea Selatan, bukan berarti feminin. Diakses dari: <https://news.detik.com/bbc-world/d-4199838/tren-pria-cantik-di-korea-selatan-bukan-berarti-feminin>
- Kartikasari, B. (2020, April 17). Sederet fakta tentang wajib militer di Korea Selatan yang perlu anda tahu. Diakses dari: <https://jogja.tribunnews.com/2020/04/17/sederet-fakta-tentang-wajib-militer-di-korea-selatan-yang-perlu-anda-tahu?page=3>
- Kristanti, E.Y. (2015, Oktober 5). 70 persen prajurit pria Korsel ‘dandan’ pakai kosmetik? Diakses dari: <https://www.liputan6.com/global/read/2333155/70-persen-prajurit-pria-korsel-dandan-pakai-kosmetik>
- Natlia, W. (2019, Februari 22). 5 fashion style pria Korea untuk penampilan fresh dan stylish. Diakses dari: <https://thread.zalora.co.id/5-fashion-style-pria-korea-untuk-penampilan-fresh-dan-stylish-8bb7752d56a9>
- Putri, F.I. (2019, Agustus 10). Ingin badan semakin kencang? Tinju adalah olahraga yang tepat. Diakses dari: <https://health.detik.com/kebugaran/d-4660332/ingin-badan-semakin-kencang-tinju-adalah-olahraga-yang-tepat>
- Rezkisari, I. (2016, April 11). Orang Korea lebih banyak minum kopi dari makan nasi. Diakses dari: <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/16/04/11/o5fx8n328-orang-korea-lebih-banyak-minum-kopi-dari-makan-nasi>
- Shopee, I. (2018, November 2). 5 ciri fashion cowok Korea ini bikin cewek naksir. Diakses dari: <https://kumparan.com/inspirasi-shopee/5-ciri-fashion-cowok-korea-ini-bikin-cewek-naksir-1541130075193067273/full>
- Situmorang, R.T. (2019, Juni 7). Mengapa pria korea menggunakan skin care dan makeup? Diakses dari: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190607/254/931424/mengapa-pria-korea-menggunakan-skin-care-dan-makeup>
- Sy, Z. (2018, September 21). Macam pakaian untuk gaya minimalis ala pria Korea. Diakses dari: <https://merahputih.com/post/read/macam-pakaian-untuk-gaya-minimalis-ala-pria-korea>
- Widiarini, A., Permatasari, A., & Hasibuan, L. (2017, Juli 14). Menguak tren kecantikan pria metroseksual. Diakses dari: <https://www.viva.co.id/indepth/fokus/935116-menguak-tren-kecantikan-pria-metroseksual>