

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2003). *Teknologi Komunikasi, Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Ahmadi, A. (2003). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten di Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), pp. 149 – 160.
- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), pp. 189 – 209.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arfianto, W. & Sutopo, S. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro)
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belch, G.E., & Belch, M.A. (2004). *Advertising and Promotion, Sixth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Bene, M. (2017). Sharing is Caring! Investigating Viral Posts on Politicians Facebook Pages During the 2014 General Election Campaign in Hungary. *Journal of Information Technology & Politics*. Routledge, 14(4), pp. 387–402. DOI: 10.1080/19331681.2017.1367348.
- BNET Business Dictionary. (2008). *Definisi Teknologi Informasi*. <http://www.businessdictionary.com/>.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- _____. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Cohen, E. L. (2014). What Makes Good Games Go Viral? The Role of Technology Use, Efficacy, Emotion and Enjoyment in Players Decision to Share A Prosocial

- Digital Game. *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 33, pp. 321–329. DOI:10.1016/j.chb.2013.07.013.
- Dakir. (1993). *Dasar-Dasar Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, E. R, Sondakh, M, & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Depdiknas. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Deza, A. & Parikh, D. (2015). Understanding Image Virality. *Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*. 07-12-June-2015, pp. 1818–1826. DOI: 10.1109/CVPR.2015.7298791.
- Dijck, V. J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), pp. 2–14. DOI: 10.12924/mac2013.01010002.
- Effendy, O.U. (1999). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gahrn, A. (2005). *Transparency vs. Substantiation: Two Sides of the Credibility (Part 3)*. <http://blog.contentious.com/archives/2005/05/09/transparency-vs-substantiation-two-sides-of-the-credibility-coin>.
- Gerungan, W.A. (2012). *Psikologi Sosial*. Bandung: Rafika Aditama.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, J.L., Ivanicevich, J.M., & Donnelly. J. (1989). *Organisasi and Manajemen Perilaku Struktur Proses*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gujarati, D.N. (2012) *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., buku 2, Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardianto, A. (2020). *Business Communication: Konsep dan Praktik Berkomunikasi*. Jakarta: Scopindo Media Pustaka.

- Havifi, I, Lani, O.P. (2017). Konten LGBT pada Instagram dan Persepsi Kelompok Usia Muda Kota Bukittinggi Dalam Berperilaku. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 1(1), pp. 1-10. DOI:10.25077/rk.1.2.1-10.2017
- Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 3(4).
- Hovland, C. I., Janis, I.K., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Juju & Sulianta, F. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68
- Kadir. (2015). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. (1996). *Marketing. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lasswell, H. (1960). *The Structure and Function of Communication in Society*. Urbana: University of Illinois Press.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge.
- Loudon, D.L., & Bitta, A.J.D. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Manovich, L. (2003). *The New Media Reader*. USA: The MIT Press.
- McPheat, S. (2011). *Developing Internet Marketing Strategy*. USA: Ventus Publishing
- McQuail, D. (1994). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail 1, Ed.6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2012). *IBM SPSS Exact Tests*. 1–236.
- Morrisan. (2007). *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramadina Prakarsa.

- _____. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Get Your Wisdom.
- Moulita, M. & Lubis, F. W. (2021). Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial, *Jurnal Simbolika*, Jurnal Simbolika, 7(2), pp. 107-115. DOI: 10.31289/simbollika.v7i2.4882
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Prasetijo, R. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto. (2011). *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rakhmat, J. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- _____. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rantona, S. & Kurniawan, R. (2020). Persepsi Netizen Media Sosial Instagram Dalam Konten Prank Ferdian Paleka. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMASKAM)*, 4(2), pp. 68-78.
- Riani, S. M. S. & Winduwati, S. (2020). Persepsi Khalayak pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat oleh Influencer. *Jurnal Ilmu Komunikasi. Koneksi*, 4(2), pp. 274-279.
- Robbins, S. P. (2007). *Perilaku Organisasi Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, S. P. & Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi Edisi ke-12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. London: The Free Press
- Salsabila, N. V & Ernungtyas, R. F. (2020). Berkabung di Media Sosial: Persepsi Pemberitaan Kasus Kematian Artis Kpop Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), pp. 176-190.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. Lr. (2007). *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Seller, W. J. (2007). *Communication: Making Connections (7th Edition)*. New York: Routledge.
- Siregar, N., Angin, A.B.P., & Mono, U. (2021) The Cultural Effect of Popular Korean Drama: Squid Game. *Journal of Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature*. 9(2), pp. 445 -451.
- Soehartono, I. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Solomon, Michael W. (2004). *Consumer Behaviour: Buying, Having & Being, 6th Edition, Pearson-Prentice Hall*. New Jersey: Inc. Engelwood Cliff.
- Sugiharti, R. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- _____. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. USA: Holt, Rinehart and Winston.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Suryabrata, S. (2004). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2014). *Metode Penelitian Cetakan ke-25*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sutopo. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNES Press.
- Tubbs, S.L., & Moss, S. (1996). *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.
- Vallet, D. *et al.* (2015). Characterizing and Predicting Viral-and-Popular Video Content. *International Conference on Information and Knowledge Management, Proceedings*, 19-23-Oct-2015, pp. 1591–1600. DOI: 10.1145/2806416.2806556.
- Veithzal, R. (2002). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Verderber, R. F. & Verderber, K. S. (2005) *Communicate*. USA: Wadsworth.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Widyasih, E., Mubin, M. F., & Hidyati.E. (2014). Persepsi Masyarakat terhadap Pelayanan BPJS di RSI Kendal. *Prosiding Konferensi Nasional Ii Ppni Jawa Tengah 2014*. pp. 274-279

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211025113610-260-11881/bahaya-squid-game-buat-kesehatan-mental-anak> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2022 Jam 19.15)

<https://data.tempo.co/data/1202/survei-jakpat-youtube-jadi-medsos-terpopuler-di-indonesia-pada-semester-1-2021-meski-penggunaannya-menurun> (Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021 Jam 21.22)

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5762729/konten-squid-game-dikritik-soal-peringatan-usia-begini-aturan-kategori-film> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2022 Jam 19.23)

<https://www.imdb.com/title/tt10919420/> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2022 Jam 19.25)

https://www.imdb.com/title/tt10919420/parentalguide?ref_=tt_stry_pg (Diakses pada tanggal 19 Februari 2022 Jam 22.25)

<https://www.instagram.com/explore/tags/squidgame/> (Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 Jam 19.05)

<https://www.kompas.com/global/read/2021/10/01/194052570/apa-itu-squid-game-dan-kenapa-viral-di-seluruh-dunia?page=all> (Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021 Jam 21.15)

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 Jam 20.30)

<https://www.tiktok.com/tag/squidgame> (Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 Jam 19.16)

<https://wartaekonomi.co.id/read367484/sah-squid-game-resmi-jadi-serial-netflix-terlaris> (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021 Jam 07.41)

<https://www.youtube.com/hashtag/squidgame> (Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 Jam 18.41)