

**Hiperrealitas *Korean Wave* dalam Tren Kecantikan Terhadap
Dekonstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar Korea di
Bandung**

TESIS

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Magister
Pendidikan Sosiologi*



Oleh:

Ananda Wahidah

1706408

**MAGISTER PENDIDIKAN SOSIOLOGI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

**HIPERREALITAS *KOREAN WAVE* DALAM TREN KECANTIKAN
TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN
PENGEMAR KOREA DI BANDUNG**

Oleh

Ananda Wahidah

1706408

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Magister
Pendidikan Sosiologi**

©Ananda Wahidah

Universitas Pendidikan Indonesia

2020

Hak cipta dilindungi undang-undang

**Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotocopy, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis**

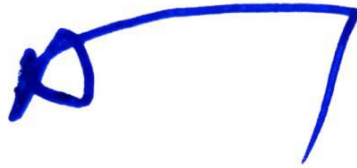
LEMBAR PENGESAHAN

ANANDA WAHIDAH

**HIPERREALITAS *KOREAN WAVE* DALAM TREN KECANTIKAN
TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN
PENGGEAR KOREA DI BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh penguji:

Penguji I



Prof. Dr. Achmad Hufad, M.Ed.
NIP. 19550101 198101 1 001

Penguji II

25/8/2020


Dr. Sardin, S.Pd., M.Si.
NIP. 19710817 199802 1 002

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi**



Dra. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D
NIP. 19680403 199103 2 002

LEMBAR PENGESAHAN

ANANDA WAHIDAH

**HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN
TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN
PENGGEAR KOREA DI BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurbayani K, M.Si
NIP. 19700711 199403 2 002

Pembimbing II



Tutin Aryanti, M.T., Ph.D
NIP. 19750815 200312 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi



Dra. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D
NIP. 19680403 199103 2 002

Hiperrealitas *Korean Wave* dalam Tren Kecantikan terhadap Dekonstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar Korea di Bandung.

ANANDA WAHIDAH

1706408

ABSTRAK

Fenomena *Korean Wave* tidak hanya berkisar pada drama, film dan musik saja. Fenomena ini juga berhasil mengajak penggemar untuk mengkonsumsi produk dan tren kecantikan Korea di dunia nyata. Uniknya, *Korean Wave* menegaskan bahwa kecantikan tidak harus selalu milik perempuan. Perbedaan budaya ini mengarahkan penggemar pada ideologi baru, yang menghasilkan pemaknaan ulang mengenai kecantikan dan makna maskulinitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan hiperrealitas yang terjadi dalam *Korean Wave* melalui tren kecantikan terhadap dekonstruksi maskulinitas di kalangan Penggemar Bandung. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Wawancara mendalam dilakukan dengan penggemar Korea, anggota Hansamo (Komunitas Korea Bandung), dan anggota *cover dance* (peniru tarian) Korea di Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Pertama, penggemar Korea berhasil merepresentasikan penampilan idol Korea dari dunia simulacra ke dalam dunia nyata, mendobrak citra lama sebagai sosok yang acuh, dan mengganti dengan citra baru yang peduli akan penampilan melalui penggunaan produk kecantikan Korea. Kedua, aktor dan *idol* Korea menggeser pandangan maskulinitas tradisional di kalangan penggemar. Ketiga, penilaian subjektif penggemar pada citra laki-laki Korea menghasilkan karakteristik maskulinitas baru yang dikemas dengan unsur *kkotminam* (lelaki cantik, imut, *cute* dan *sexy*). Keempat, hasil representasi tren kecantikan Korea kedalam kehidupan sehari-hari memunculkan dampak positif bagi kalangan penggemar Korea Bandung seperti memberi peluang usaha, menambah penghasilan, dan memberikan pengetahuan seputar dunia kecantikan, dan dampak negatif seperti membuat penggemar lebih konsumtif, waktu luang yang tidak produktif, serta memunculkan pro-kontra dari orang disekitarnya.

Kata Kunci : *Korean Wave*, kecantikan, maskulinitas.

**Korean Wave's Hyperreality in Beauty Trends to the Deconstruction of Masculinity
Among Korean Fans in Bandung.**

ANANDA WAHIDAH

1706408

ABSTRACT

Korean Wave phenomenon does not only revolve around drama, film, and music. This phenomenon has also succeeded in inviting fans to consume Korean beauty products and trends in the real life. Uniquely, Korean Wave emphasizes that beauty doesn't always belong to women. This cultural differences lead fans to a new ideology, which results in a re-understanding of beauty and the meaning of masculinity. This research aims to analyse the process of forming hyperreality occurring in Korean Wave through the trend of beauty in the deconstruction of masculinity among Bandung fans. This qualitative research uses a phenomenological approach. In-depth interviews with Korean fans, Hansamo members (Korean community Bandung), and dance cover members in Bandung. The results showed that: First, Korean fans succeeded in representing the appearance of Korean idols from the simulacra world into the real world, breaking down old image as a different person, and replace it with a new one that cares about appearance through the use of Korean beauty products. Second, Korean actors and idols shift the traditional view of masculinity among fans. Third, subjective appraisal of fans on the image of Korean males produces a new characteristic of masculinity packed with *kkotminam* elements (beautiful, cute, and sexy men). Fourth, the result of Korean beauty trend representation into daily life have positive impacts such as providing business opportunities, increasing income, and providing knowledge about the world of beauty, and negative impacts such as making fans more consumptive, wasted time, and bring up the pros and cons of people around them.

Keywords : *Korean Wave*, beauty, masculinity

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3	Tujuan Penelitian	8
1.4	Manfaat Penelitian	8
1.5	Struktur Organisasi Tesis	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Teori Hiperrealitas	12
2.1.1	Masyarakat Konsumsi.....	16
2.1.2	Simulacra.....	17
2.1.3	Semiotika.....	19
2.2	Teori Dekonstruksi	20
2.3	Tinjauan Critical Discourse Analysis	22
2.4	Tinjauan Maskulinitas.....	24
2.5	Tinjauan Budaya Populer	29
2.6	Korean Wave.....	31
2.7	Penggemar <i>Korean Wave</i>	33
2.7.1	Komunitas <i>Korean Wave</i>	33
2.8	Penelitian Terdahulu	34

2.9	Alur Pikir.....	40
-----	-----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Informan dan Tempat Penelitian.....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4	Posisi Peneliti.....	46
3.5	Analisis Data Penelitian.....	47
3.6	Uji Keabsahan Data	48
3.7	Etika Penelitian	49

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	52
4.1.1	Profil Lokasi Penelitian	52
4.1.2	Gambaran Bandung Korea Community (Hansamo)	56
4.2	Profil Informan	58
4.3	Hiperrealitas <i>Korean Wave</i> dalam Tren Kecantikan di Kalangan Penggemar Korea di Bandung.....	62
4.3.1	Bentuk Konsumsi Budaya Populer Korea di Kalangan Penggemar.....	62
4.3.2	Analisis Hiperrealitas <i>Korean Wave</i> dalam Tren Kecantikan di Kalangan Penggemar Korea di Bandung.....	77
4.4	Konstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar Korea Bandung	91
4.4.1	Konstruksi Maskulinitas di Kalangan Masyarakat Bandung	91
4.4.2	Analisis Konstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar Korea Bandung.....	96
4.5	Dekonstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar Korea Bandung.....	101
4.5.1	Citra/Tanda Maskulinitas Laki-Laki Korea di Kalangan Penggemar Korea Bandung.....	101
4.5.2	Analisis Dekonstruksi Maskulinitas di Kalangan Penggemar	

	Korea Bandung.....	108
4.6	Dampak Hiperrealitas <i>Korean Wave</i> dalam Tren Kecantikan di Kalangan Penggemar Korea di Bandung.....	117
4.6.1	Analisis Dampak Positif dan Dampak Negatif Hiperrealitas <i>Korean Wave</i> dalam Tren Kecantikan di Kalangan Penggemar Korea di Bandung.....	117
 BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		
5.1	Simpulan	129
5.1.1	Simpulan Umum.....	129
5.1.2	Simpulan Khusus.....	130
5.2	Implikasi Bagi Pendidikan Sosiologi.....	132
5.3	Rekomendasi	133
DAFTAR PUSTAKA.....		137
LAMPIRAN		

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abidin, Y. Z. (2018). *Filsafat Postmodern*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Adian, D. G. (2002). *Menyoal Objektivisme Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Teraju.
- Aziz, M. I. (2016). *Galaksi Simulacra*. Yogyakarta: LKiS Printing Cemerlang.
- Baudrillard, J. P. (1996). Disneyworld Company. *Liberation*.
- Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, J. P. (2012). *Simulacra and Simulation*. America: University of Michigan.
- Baudrillard, J. P., & Murrain, J. (1988). The System of Objects. *Stanford*, 10–29.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Brannon, L. (2011). *Gender Psychological Perspective*. Boston: Pearson.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cornwall, A., & Nancy, L. (1996). *Dislocating Masculinity: Comparative Etnographies*. London: Routledge.
- Darma, Y. A. (2014). *Analisis Wacana Kritis Dalam Multiperspektif* (1st ed.). Bandung: Refika Aditama.
- David, D. ., & Branon, R. (1976). *The Forty-Nine Present Majority: The Male Sex Role*. Addison Weasley Pub.Co.
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis (The Critical Study of Language)*. (Second; C. N. Candlin, Ed.). London And New York: Routledge.
- Feasey, R. (2008). *Masculinity and Popular Television*. UK: Edinburgh University Press.
- Fine, M. (n.d.). *Chapter 5 : Participatory Action Research : From Within And Beyond Prison Bars*.
- Hall, S., Dorothy, H., Lowe, A., & Wills, P. (2011). *Budaya Media Bahasa : Teks Utama Pencang Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haryatmoko. (2017). *Critical Discourse Analysis* (2nd ed.). Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hermes, J. (2005). *Re-reading Pop Culture*. Victoria: Blackwell.
- Hong, E. (2016). *Korean Cool*. Yogyakarta: Bentang.
- Iriantara, Y. (2007). *Community Relations : Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, P., & Keller, L. (2008). *Principle Of Marketing* (12th ed.). Jakarta: PT. Index Bob Sabran.

ANANDA WAHIDAH, 2020

HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Leach, N. (2005). *Rethinking Architecture*. Retrieved from <http://www.ebookstore.tandf.co.uk/>.
- Lechte, J. (2001). *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Kanisius.
- Miles, M. ., & Huberman, A. . (1984). *Qualitative Data Analysis : A Sourcebook of New Methods*. Newbury Park: Sage Publication.
- O'dennell, K. (2003). *Postmodernisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Piliang, Y. . (2001). *Sebuah Dunia Yang Menakutkan*. Bandung: Mizan.
- Rahma, I. (2019). *Budaya Populer : Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*. Airlangga University Press.
- Richmond Abbott, M. (1992). *Gender Roles Over The Life Cycle* (2nd ed.). USA: McGraw Hill.
- Ritzer, G. (2003). *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rutherford, J. (2014). Male Order : Menguak Maskulinitas. In R. Chapman & J. Rutherford (Eds.), *Male Order : Menguak Maskulinitas* (1st ed., pp. 1–54). Yogyakarta: Jalasutra.
- Sarup, M. (2003). *Post-Structuralism And Postmodernism : Sebuah Pengantar Kritis*. Yogyakarta: Jendela.
- Seidman, I. (2006). Interviewing as Qualitative Research. *Teachers Collage Press, Columbia University*.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Storey, J. (2006). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop : Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Strinati, D. (2009). *Popular Culture : An Introduction to Theories of Popular Culture*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Willoughby, H. A. (2006). *Image is Everything : The Marketing of Feminity in South Korean Popular Music : Riding the Wave* (K. Howard, Ed.). Kent, UK: Global Oriental.

JURNAL :

- Amrullah, I., Lestari, M. T., & Sos, S. (2016). ANALISIS GAYA HIDUP ANGGOTA KOMUNITAS KOREA HANSAMO BANDUNG (LIFESTYLE ANALYSIS OF KOREAN COMMUNITIES HANSAMO BANDUNG). *Jurnal Management*, 3(3), 3975–3982.
- Ariwidodo, E. (2013). LOGOSENTRISME JACQUES DERRIDA DALAM FILSAFAT BAHASA. *KARSA*, 21(2), 340–355. Retrieved from <http://www.ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/karsa/article/view/38/1145>
- Ayu Wulantari, R. (2012). Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1(2), 53–65. Retrieved from <http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/7820/3888>
- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard Dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 2(1), 38–

ANANDA WAHIDAH, 2020

HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

48. <https://doi.org/http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/khizanah-al-hikmah/article/view/139/97>

- Bloor, M., & Bloor, T. (2014). The Practice of Critical Discourse Analysis: an Introduction. In *The Practice of Critical Discourse Analysis: an Introduction* (Second). <https://doi.org/10.4324/9780203775660>
- Brayboy, B. M., & Deyle, D. (2000). Insider-Outsider: Researchers in American Indian Communities. *Journal Online*, 39(3), 163–169.
- Chavis, D. M. H., McMillan, D., & Wandersman, A. (1986). Sense of Community Through Brunswick's Lens: A First Look. *Journal of Psychology*.
- Dara, D., Dilla, R., Rina, N., Mahadian, A. B., Prodi, S., Komunikasi, I., ... Telkom, U. (2016). Perilaku Konformitas Anggota Komunitas Hansamo Bandung Conformity Behavior of Hansamo ' S Members Bandung. *Jurnal Management*, 3(2), 2229–2233.
- Davies, G., & Han, G. S. (2011). Korean cosmetic surgery and digital publicity: Beauty by Korean design. *Media International Australia*, (141), 146–156. <https://doi.org/10.1177/1329878X11114100117>
- Elya, M. (2014). Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol 8(No 1), 1–19. <https://doi.org/10.24090/kom.v8i1.746>
- Ernungtyas, N., Puspita, R., & Dkk. (2016). Youth Culture Dan Gaya Busana: Hiper-Realitas Pekerja Muda Perempuan Terhadap Produk Fashion Bermerek di Jakarta. *Nomosleca*, 2(1), 1–23.
- Fathinah, E., Priyatna, A., & Adji, M. (2018). Maskulinitas Baru Dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House Dan Tonymoly. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 9(2), 213. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v9i2.3>
- Fitria, H. (2016). Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan). *Informasi*, 45(2), 87–100. <https://doi.org/10.21831/informasi.v45i2.7985>
- Ghofur, A. (2016). Critical Discourse Analisis Sebuah Model Analisis Sosial Kritis Dalam Teks Media. *OKARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 10(2), 177–194. <https://doi.org/10.19105/ojbs.v10i2.978>
- Gogali, V. A. (2016). Industri Media Dalam Budaya Populer Kajian Semiotika Pierce Pada Drama Korea Saranghae, I Love You. *Komunikasi*, VII(1), 33–37. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2173/1534>
- Gun Joo, J., & Won, P. K. (2012). Korean Wave as Tool For Korean New Cultural Diplomacy. *Sociology*, 2(3), 196–202. Retrieved from www.sciexp.org/journal/aasoci.
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korea Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242.
- Handaningtias, U. R., Indriyany, I. A., & Nurjuman, H. (2018). Dekonstruksi Makna

- Maskulinitas pada Trend Korea Pop (K-POP) Sebagai Praktik Identitas Remaja. *Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan*, 267–283. Retrieved from [http://repository.fisip-untirta.ac.id/967/1/Naskah 20.pdf](http://repository.fisip-untirta.ac.id/967/1/Naskah%20.pdf)
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163Krauss>
- Hasyim, M. (2015). *Pencarian Makna Hidup Dalam Media Iklan Komersial Televisi*. 1–8. Retrieved from <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/21492>
- Helena, R. L. (2015). Fenomena Fanatisme Di Komunitas Runners Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Fanatisme Di Komunitas Runners Bandung). *ISSN : 2355-9357 e- Proceeding of Management : Vol.2, No.1 April 2015*, 2(1), 981–987.
- Holliday, R., & Elfving-Hwang, J. (2012). Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea. *Body and Society*, 18(2), 58–81. <https://doi.org/10.1177/1357034X12440828>
- Huang, S. (2017). Social media and the new Korean Wave. *Media, Culture & Society*, 39(5), 773–777. <https://doi.org/10.1177/0163443717707344>
- Jauhari, M. (2017). Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Al-Adalah*, 20(1), 117–136.
- Jatnika, A. W., & Hermawan, F. F. (2018). Menjadi Lelaki Sejati: Maskulinitas Dalam Komik Daring Webtoon Indonesia. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(1), 60. <https://doi.org/10.31091/mudra.v33i1.158>
- Jin, D. Y. (2018). Transnationalism, cultural flows, and the rise of the Korean Wave around the globe. *International Communication Gazette - SAGE*, 0(0), 1–4. <https://doi.org/10.1177/1748048518802911>
- Jin, D. Y., & Yoon, K. (2016). The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. *New Media and Society*, 18(7), 1277–1292. <https://doi.org/10.1177/1461444814554895>
- Jin, D. Y., & Yoon, T. J. (2017). The Korean Wave, Retrospect and Prospect. *International Journal of Communication*, 11, 2241–2249.
- Jung, S. (2011). Korean Masculinities and Transcultural Consumption. *The Cultural Studies*, 74(3), 528–530. <https://doi.org/10.1017/S0041977X11000723>
- Kaparang, O. M. (2013). ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI BUDAYA POP KOREA MELALUI TELEVISI (Studi pada siswa SMA Negeri 9 , Manado) Pendahuluan. *Acta Diurna*, 3(2), 1–15.
- Khadavi, J. M. (2014). The Deconstruction Indonesia Music Pop in Perspective Industry Culture. *Jurnal Humanity*, 9(2), 47–56. Retrieved from <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2392/2745>
- Kim, S. G., Yun, I., & Kim, J. H. (2016). Associations Between Body Weight and Bullying Among South Korean Adolescents. *Journal of Early Adolescence*, 36(4), 551–574.

ANANDA WAHIDAH, 2020

HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<https://doi.org/10.1177/0272431615577204>

- Krauss, S. E. (2005). *Research Paradigms And Meaning Making : A Primer*. 10(4), 758–770.
- Kurniawan, R. (2014). Imitasi Budaya Pada Tayangan Televisi Di Indonesia. *Dimensi*, 11(2), 213–228.
- Lee, H. (2018). A ‘ real ’ fantasy : hybridity , Korean drama , and pop cosmopolitans. *Media, Culture & Society*, 40(3), 365–380. <https://doi.org/10.1177/0163443717718926>
- Madan, S., Basu, S., Ng, S., & Ching Lim, E. A. (2018). Impact of Culture on the Pursuit of Beauty. *Journal of International Marketing*, 26(4), 54–68. <https://doi.org/10.1177/1069031X18805493>
- Mardana, W., Mayo, P., & Sugandi, M. S. (2018). *Perilaku Komunikasi Komunitas Korea Dalam Pembentukan Modal Sosial (Studi Fenomenologi Pada Komunitas Korea Hansamo Bandung)*. 4, 10–21.
- Merdeka, P. (2018). Senjata Api dan Maskulinitas dalam Cerita Pendek “The Man Who was Almost A Man.” *Buletin Al-Turas*, 19(2), 255–266. <https://doi.org/10.15408/bat.v19i2.3719>
- Murtiningsih, S., Siswanto, J., & Syamsudin, M. M. (2013). Problem Pendidikan Video Games Baudrillard. *Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada*, 19(1), 78–86. Retrieved from <http://journal.um.ac.id/index.php/jip/article/view/3758>
- Nurbayani, S., & Annuraini, A. (2017). The New Way of Beauty Experience from Korean Wave as Vocational Guidance in Indonesia. *Innovation of Vocational Technology Education*, 8(2), 62–67.
- Pilcher, J., & Whelehan, I. (2018). *Key Concept in Gender Studies* (2nd ed.). London: Sage Publication.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PEREMPUAN TERHADAP TREND FASHION KOREA DI JAKARTA SELATAN. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(03), 1–12.
- Polit, D. ., & Beck, C. . (2006). The Content Validity Index : Are You Know Whats Being Reported? *Research in Nursing & Health*, (29), 489–497.
- Puspitasari, W., & Hermawan, Y. (2013a). Gaya Hidup Penggemar K-pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-pop Lovers di Surakarta. *FKIP - UNS*, 3(1), 1–10.
- Puspitasari, W., & Hermawan, Y. (2013b). Gaya Hidup Penggemar K-pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-pop Lovers di Surakarta. *FKIP Universitas Negeri Surabaya*, 1(2), 1–10. Retrieved from jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/view/1708
- Puzar, A., & Hong, Y. (2018). Korean Cuties : Understanding Performed Winsomeness (Aegyo) in South Korea. *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 19(4), 1–17. <https://doi.org/10.1080/14442213.2018.1477826>

- Rakhmawati, Y. (2015). Kastrasi Frekuensi Publik : Media Literacy Era Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 119–130. <https://doi.org/1978-4597>
- Ritara, V. Z., & Esfandari, D. A. (2017). Proses Simulacra yang Dialami Penggemar Harry Potter. *Management*, 4(1), 1067–1074. <https://doi.org/http://www.albayan.ae>
- Ryu, J., & Lin, H. (2018). Non-Korean consumers ' preferences on Korean popular music : A two- country study. *International Jorunal on Market Research*, 1–19. <https://doi.org/10.1177/1470785318796951>
- Sari. (2013). REPRESENTASI MASKULINITAS BOYBAND DALAM VIDEO KLIP (Analisis Semiotika Tentang Representasi Maskulinitas Boyband dalam Video Klip Bonamana oleh Boyband Super Junior). *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 96–111.
- Shin, K., You, S., & Kim, E. (2017). Sociocultural pressure, internalization, BMI, exercise, and body dissatisfaction in Korean female college students. *Journal of Health Psychology*, 22(13), 1–9. <https://doi.org/10.1177/1359105316634450>
- Siswandi, R. A. (2020). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , KOREAN WAVE , BRAND IMAGE , WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 1–18.
- Situmeang, I. V. O. (2013). Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya Populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Semiotika*, 7(2), 33–52.
- Sondakh, P. C. (2014). Semiotika Terhadap Rubrik Rupa Di Majalah Men ' S Health Indonesia. *E-Komunikasi*, 2(2), 1–12. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1770/1620>
- Sue Jin, L. (2011). The Korean Wave : The Seoul of Asia. *Strategic Communication Major Elon University*, 2(1), 85–93. Retrieved from <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol2no1/09suejin.pdf>
- Suhaeb, F. W., & Kahfi, M. A. (2018). Fenomena Hiperrealitas Masyarakat Pada Makanan. *Sosiologi*, 2(1), 315–320. <https://doi.org/10.1895/wormbook.1.83.2.1>
- Sulistiowati, & Syaiful. (2018). Mengungkap Realitas Kepatuhan Wajib Pajak Pasca Tax Amnesty. *JiATAX*, 1(2), 1–20. Retrieved from <http://journal.umg.ac.id/index.php/tiaa/article/view/528/441>
- Syahrial, G. B. (2018). FENOMENA HIPERREALITAS PADA COSPLAYER LOVE LIVE (STUDI KASUS TIM ALLERISH). *Japanology*, 6(1), 16–27.
- TANJUNG, S. (2015). Identifikasi Strategi Representasi Maskulinitas Pada Majalah Transnasional Di Indonesia. *Communication*, 6(2), 229–239. <https://doi.org/10.36080/comm.v6i2.45>
- Tuncay, L. (2006). Conceptualizations of Masculinity Among a New Breed of Male Consumers. *Gender and Consumer Behavior: Loyola University*, 8, 16. Retrieved from [http://eprints.lincoln.ac.uk/25384/1/MEN-2015-0127 Final.pdf](http://eprints.lincoln.ac.uk/25384/1/MEN-2015-0127%20Final.pdf)
- Wandi, G. (2015). Rekonstruksi Maskulinitas : Menguak Peran Laki-Laki dalam Perjuangan

ANANDA WAHIDAH, 2020

HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kesetaraan Gender. *Gender*, 5(2), 239–255. Retrieved from <http://www.kafaah.org/index.php/kafaah/article/view/110/90>

Wulan, N. (2006). “Cowok be Gentle”: Maskulinitas Mahasiswa Laki-laki Muslim di Surabaya. 1–23.

Wolny, R. . (2017). Hyperreality and Simulacrum: Jean Baudrillard and European Postmodernism. *European Journal of Interdisciplinary Studies Articles*, 3(3), 75–79.

Yan, K. T., & Francesca. (2013). *Does the Korean Popular Culture Influences on Hongkong Generation Y's* (The Hongkong Polytechnic University). Retrieved from www.itc.polyu.edu.hk/.../Files/10619178D.pdf

Yoonso, C. (2018). Are You a Good Female Citizen?: Media Discourses on Self-Governing Representes in Popular Korean Weight-Loss Reality TV Show. *Sociological Research Online SAGE*, 1(13), 1–13. <https://doi.org/ps://doi.org/10.1177/1360780418807949>

Zpalanzani, A., & Piliang, Y. A. (2010). SIMULACRA DALAM INDUSTRI HIBURAN VISUAL ; *Komunikasi Visual Dan Multimedia*, 2(1), 19–32.

ONLINE :

Adisya, E. (2020, February). 5 Alasan Absurd Laki-laki Benci Bintang K-pop. *Magdalene*, 1. Retrieved from <https://magdalene.co/story/5-alasan-absurd-laki-laki-benci-bintang-k-pop>

Amelia, Z. (2018). Berkat Drama Korea, Viu Jadi Aplikasi Video Nomor 4 di Indonesia. *Tempo.Co*, p. 1. Retrieved from <https://tekno.tempo.co/read/1138612/berkat-drama-korea-viu-jadi-aplikasi-video-nomor-4-di-indonesia/full&view=ok>

Hofstede, G. (2012). Masculinity And Feminity. Retrieved January 4, 2020, from <https://www.andrews.edu/~tidwell/bsad560/HofstedeMasculinity.html>

Kil, K. T. (1990). *Values of Korean People Mirrored in Fiction*. Retrieved from <http://www.riss.kr/search/Search.do?detailSearch=false&searchGubun=true&oldQuery=&query=NOT EXIST&x=0&y=0>

Oxford. (2002). *Oxford English Dictionary*. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/pdf/651301.pdf>

Wulandari, D. (2016). Ramai Brand Korea Bertarung di Pasar Kosmetik, Siapa Menang? Retrieved from marcomm website: <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/ramai-brand-korea-bertarung-di-pasar-kosmetik-siapa-menang>

Wulandari, M. (2015). COMMUNITY OF THE MONTH [MAY 15] : HANSAMO. Retrieved from Saung Korea.com website: <http://saungkorea.com/community-of-the-month-hansamo-bandung/>

Yud, H. (2017). Setahun, Pengguna Viu di Indonesia Sudah 3,3 Juta. *Berita Satu*, p. 1. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/hiburan/432631-setahun-pengguna-viu-di-indonesia-sudah-33-juta.html>

TESIS :

Asyahidda, F. N. (2017). *Dekonstruksi Sosial Hiperrealita Media Dalam Pembentukan Gaya Hidup Remaja di Era Modern*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Nst, E. N. D. (2016). *IMPLEMENTASI KERJASAMA SISTER CITY KOTA BANDUNG DENGAN KOTA SUWON TAHUN 1997-2015* (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Retrieved from [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7448/BAB I.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7448/BAB%20I.pdf?sequence=2&isAllowed=y)