

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifatur Rizqiyah, A. N. (2023). Penerapan Kualifikasi Kerja Berpenampilan Menarik dalam Konteks Hak Asasi Manusia dan Keadilan Sosial. *PUSKAPSI Law Review*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.19184/puskapsi.v3i1.34760>
- Angelica, C., Anjani A., F., Tercia, C. Y., & Murniadi, K. (2020). Studi Hubungan Kredibilitas Influencer, Parasosial, Nilai Merek, dan Niat Pembelian Produk Kosmetik. *Kajian Branding Indonesia*, 2(2), 300–336. <https://doi.org/10.21632/kbi.2.2.300-336>
- Anggun, D. (2020). Pemaknaan Audiens Terhadap Identitas Androgini Di Media Sosial (Analisis Resepsi Followers Selebgram Jovi Adhiguna di Instagram). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Annisa Anindya. (2016). Gender Fluid Dan Identitas Androgini Dalam Media Sosial diakses dari <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/tingkap/article/view/7551> pada 18/09/2022
- Annisa Anindya. (2018). Krisis Maskulinitas Dalam Pembentukan Identitas Gender Pada Aktivitas Komunikasi. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 2(1), 24. <https://doi.org/10.25077/rk.2.1.24-34.2018>
- Ansar, A., Harefa, A. T., Sinaga, I. N., & Lopulalan, J. E. (2013). Teori Sosiologi: Konsep-konsep kunci dalam pemahaman masyarakat. Medan Selayang, Kota Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Azhari, M., & Apriadi, A. (2020). ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @Maknews PADA KONTEN RELIGI #JumatBerkah. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 2(1), 12–22. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v2i1.623>
- Beauvoir, S. de. (2015). *The Second Sex*. Klasik Vintage.
- Butler, J. & Trouble, G. (1990). Feminism and the Subversion of Identity. *Gender Trouble*, 3(1), 3–17.
- Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge
- Butler, J. (1988). *Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*. *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4.
- Creswell, J.W. and Poth, C.N. (2018) *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches*. 4th Edition, SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks.

- Dalimoenthe, Ikhlasiah (2020). *Sosiologi gender / Ikhlasiah Dalimoenthe ; editor, Bunga Sari Fatmawari*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Dando, E., Muhammad, H.R., Muhammad, J. (2023). Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial STAMBUK 2018 UIN Sumatera Utara terhadap Busana Selebgram Androgini di Instagram. *SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 33-41.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fatahillah, F., & Fajarini, S. D. (2021). PENOLAKAN MASYARAKAT TERHADAP WARIA DAN PROSES RESILIENSI WARIA TERHADAP PENOLAKAN MASYARAKAT DI KOTA BENGKULU. *J-SIKOM*, 2(2). <https://doi.org/10.36085/j-sikom.v2i2.3096>
- Feroza, C., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Fhebrianty, N., & Oktavianti, R. (2019). Representasi Identitas Androgini Di Media Sosial. *Koneksi*, 3(1), 274. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6227>
- Firman Arfanda, S.ST dan Dr. Sakaria, M.Si. (2016). *Konstruksi Sosial Masyarakat Terhadap Waria*. Diakses dari <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kritis/article/view/5> pada 18/09/2022.
- Goffman, Erving. (1963). *Stigma: Notes On The Management of Spoiled Identity*. United States of America: Prentice-Hall, Inc.
- Hargreaves, Tracy. (2005). *Androgyny in Modern Literature*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Hasanah, Uswatun dan Beti Malia Rahma Hidayati. (2021). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Image. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 115–131.
- Hizarani Lailan Saadah Sihombing. (2018). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukit*. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24955> pada 18/09/2022.
- Hidayatullah, A., & Bakhri, S. (2021). DEKONSTRUKSI KARAKTER DRUPADI DALAM PEWAYANGAN (STUDI GENDER DAN LIVING QUR'AN MENGENAI POLIANDRI). *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(2), 424–445. <https://doi.org/10.14421/jsr.v15i2.2147>

- Hutchinson, E. D. (2015). Theoretical Perspective on Human Behavior. In E.D. Hutchinson, Dimension Of Human Behavior: Person and Environment. California: SAGE Publication
- Ingrid Dyah Nastiti. (2018). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Konstruksi Hybrid Masculinity* .diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20261> pada 18/09/2022.
- Jacqueline, Gabriella. (2019). Self-Disclosure Individu Androgini Melalui Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 272-286.
- Jeremy Harris Lipschultz. 2015. *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. First published by Routledge
- Khalil, R. A., Apsari, N. C., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Menentang Protokol Kesehatan Dipengaruhi Oleh Teori Konspirasi Virus Covid-19 Ditinjau Dengan Teori Interaksionisme Simbolik. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(2), 168-178.
- Larasati, J. A. (2022). Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagram Followers. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 121-137.
- Lautama, C. A. (2021). GAYA FASHION ANDROGINI DAN KEMUNCULAN SOSOK NON-BINARY. *MODA*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.37715/moda.v3i1.1795>
- Lestari, N. I. (2023). Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 56-72.
- Lips, H.M. (1993). *Lips, Sex and Gender: An Introduction*. London: Mayfield Publishing Company.
- Littlejohn, Stephen W. 2017. Theories Of Human Communication. Eleventh Edition. Waveland Press : Long Grove, Illinois.
- Lubis, Fheti Wulandari. (2020). Analisis Androgini pada Novel “Amelia” Karya Tere-Liye. *Jurnal Serunai Bahasa Indonesia*, 17(1), 1-6.
- Mahendra, Bimo. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instragram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Michael Richard Saselah. (2019). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Fenomena Identitas Androgini di Media Sosial* diakses dari <http://repository.uki.ac.id/1112/> pada 18/09/2022.

- Neuman, W. Lawrence (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Pearson Education Limited Edinburgh Gate
- Octaviani, S. A. (2021). Performativitas dan Komodifikasi Androgini di Media Sosial. *Jurnal Kawistara*, 11(2), 186. <https://doi.org/10.22146/kawistara.v11i2.65442>
- Pratyaksa, I Gede Titah dan Ni Luh Wiwik Eka Putri. (2020). Peranan New Media Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (Dramaturgy Akun Instagram Walikota Denpasar Rai Mantra Tahun 2019). *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 92–103.
- Primanita, Rida Yanna., Zakwan Adri., Rizki Pramisyia. (2021). Identitas Gender dan Orientasi Seksual Ditinjau dari Parent Attachment Remaja LGBT di Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10262-10269.
- Purnamasari, N. I. (2018). Resepsi Pembaca terkait Berita Demo 4/11 di Kompas.com. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 958-974.
- Puspita Yuri, H. (2022). Penerimaan Audiens atas Konten Pariwisata dari Virtual Youtuber Andi Adinata. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 13(1), 38–49. <https://doi.org/10.35814/coverage.v13i1.3336>
- Rahminawati, N. (2001). *Isu Kesetaraan Laki-laki dan Perempuan (Bias Gender)*. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 17 (3), 273–283.
- Ramadini, F. D. (2022). Strategi Personal Branding Male Beauty Influencer @Yudhistirawr di Instagram. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 171–183. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1336>
- Ranathunga, G.M. and Uralagamage, S.R., (2019), *An Investigative Study Of The Androgynous Fashion Concept And Its Impact On The Sri Lankan Fashion Market*.
- Rebecca Venusia Theresia. (2018). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Maskulinitas Liyan Pada Drama Televisi Korea*. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/22012> pada 18/09/2022.
- Risdianti, Tressa., Ahmad Jamin., Albertos Damin. (2023). Religious People Between Fashion Androgini dan Nonbinary Gender. *ADDIN*, 17(2), 321-338.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia

- Sari, C. &. (2019). The Influence of Beauty Influencers on Beauty Product Consumption Behavior: A Study among Indonesian Youth. *Journal of Southeast Asian Consumer Behavior*, 30-45.
- Sam Killermann. (2017). *A Guide to Gender: The Social Justice Advocate's Handbook*. Published by Impetus Books Austin, TX
- Shintaviana, F. V., & Yudarwati, G. A. (2014). Konsep Diri serta Faktor-faktor Pembentuk Konsep Diri berdasarkan Teori Interaksionisme Simbolik. Online.
- Sinambela, Bertha K., dan Saskia Novendra. (2023). Pengaruh Personal Branding Jovi Adhiguna di Instagram terhadap Minat Fashion Androgini (Survey pada Followers Akun Instagram @joviadhiguna). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 50-61.
- Sulistyowati, Y. (2021). KESETARAAN GENDER DALAM LINGKUP PENDIDIKAN DAN TATA SOSIAL. *IJouGS: Indonesian Journal of Gender Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.21154/ijougs.v1i2.2317>
- Sumardiono, N. (2022). Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 109. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.3056>
- Sitanggang, Asima Oktavia. (2020). Androgini: Popularitas dan Eksistensi Bagi Remaja di Era Digital. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(1), 30-44.
- Smith, A. &. (2020). The Role of Beauty Influencers in Shaping Consumer Behavior: A Case Study of Indonesian Millennials. *Journal of Indonesian Marketing*, 45-58.
- Sudibyo, (2001), "*Politik Media Dan Pertarungan Wacana*", Yogyakarta
- Taylor, SJ dan R Bogdan. (1984). *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings*, Second Edition. John Wiley and Sons. Toronto
- West, Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba H.
- Wolf, N. (2013). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. Random House.
- Yasmin Azatil Isma (2020). *Pemaknaan Khalayak Tentang Perilaku Beauty Influencer Androgini di @Joviadhiguna*. Diakses dari <https://eprints.umm.ac.id/68980/> pada 10/11/2022
- Yeyen Febrilia, & Niswi Mukarromah. (2022). IMPLEMENTATION OF YUDHISTIRA SUPPORT CHARACTER VALUE AT

MUHAMMADIYAH GIRIKERTO ELEMENTARY SCHOOL. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 1(1), 72–82. <https://doi.org/10.25134/prosidingsemnaspgsd.v1i1.13>

Zahra Tedjowongso. (2024). BEAUTY INDUSTRY DI MATA PARA PENYANDANG DISABILITAS: EKSPLORASI PERSEPSI INKLUSIVITAS DAN AKSESIBILITAS PRODUK KECANTIKAN. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1262–1277. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.215>