

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, dkk. 2021. Digital Labour : Digital Capitalism and the Alienation of Youtube Content Creators. *Journal of Asian Social Science Research*, Vol. 3, No. 2.
- Akbar, Fauzan Aufa, dkk. 2022. Twitter dan Proses Pencarian Partner ‘Enak-Enak’ (Studi Etnografi Terhadap Akun Twitter @Fwbess dan @Alterianbase). *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 21, No. 02.
- Aprilie & Eddyono. 2024. Ditundukkan, Terasing, dan Imbalan Tak Setara: Praktik Pekerja Digital Media Sosial Suara.com. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 19, No. 1.
- Aslanyurek, M. & Ozmen, S. 2023. Critical Political Economy of Facebook: Digital Labour Exploitation in Social Media. *Turkish Studies*, 18(1), 21-46
- Creswell, J. W. 2012. *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Boston, MA: Pearson.
- Creswell, John W. 2013. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih diantara lima pendekatan (Edisi ke-3)*. SAGE
- Christanti, Maria Febiana dan Mardani, Puri Bestari. 2023. Komodifikasi Konten Asing dan Lokal OmeTV pada Kanal Youtube. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2
- Data katadata : media tv & internet (kuartal III 2019-2022) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/pengguna-internet-meningkat-riset-nielsen-indonesia-tv-tetap-nomor-satu>
- Data katadata : Pengguna televisi berdasarkan usia (2022) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/survei-nielsen-indonesia-mayoritas-pengguna-televisi-di-ri-berusia-50-tahun-ke-atas>
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. 2011. *Introductio: The dicipline and practice of qualitative research. The Sage handbook of qualitative research (edisi ke-4)*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Edib, Lathifah. 2021. *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*. Jakarta: Diva Press.
- Eddyono, Aryo Subarkah. 2013. Twitter : Kawan, Sekaligus Lawan Bagi Redaksi. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3, No. 1
- Eddyono, Aryo Subarkah. (2019). Siasat Kompasiana dan Indonesiana dalam Memanfaatkan Raksasa Media Sosial Demi Traffic. *Jurnal Komunikasi*, Vol.14, No. 1
- Eddyono, Aryo Subarkah. 2020. *Jurnalisme Warga, Hegemoni, & Rusaknya Keragaman Informasi*. Jakarta: Universitas Bakrie Press

- Eddyono, Aryo Subarkah. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Redaksi Kuninganmass. *Expose: Jurnal Komunikasi* Vol 4(1)
- Eddyono, Aryo Subarkah. 2022. Media Siber dan Search Engine Optimization (SEO): Melacak Motif, Adaptif untuk Cari Untung, dan Upaya Menjaga Kualitas Jurnalisme. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5(2).
- Erizal, Nurfan. 2020. The Influence of TikTok Applications on the Consumption Behavior Of Adolescents in *Online Shopping*. *International Journal of Cultural and Social Science*.
- Fajriani, Arie dan Septiari, Dovi. 2015. Pengaruh Beban Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan: Efek Mediasi *Burnout*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1
- Febriyanti, Nurrachmi Syafrida; Ida Rachmah; Novri Susana. 2021. The Exploitation of Audience as Digital Labour in Indonesian Youtube Platform. *Profetik Jurnal Komunikasi*, Vol.14, No. 1.
- Firmansyah, Dwi, dkk. 2023. Cross Promotion Program Berita Dalam Konvergensi Televisi Dan Media Sosial. Perspektif Komunikasi: *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*
- Fisher, Eran. 2012. How Less Alienation Creates More Exploitation ? Audience Labour on Social Network Sites. *CC: Creative Commons License*.
- Fuch. 2012. Towards Marxian Internet Studies. *Triple C : Cognition Communication Cooperation*
- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. Routledge.
- Fuchs, C. (2017). Dallas Smythe and digital labor. In R. Maxwell (Ed.), *The Routledge companion to labor and media* (pp. 108-127). New York: Routledge.
- Fuchs, C. &. Sevignani, S (2013). What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And Why do these questions matter for understanding social media?, . *triple C : Communication, Capitalism & Critique*, 273-293.
- Fuchs, Christian. 2015. "Towards Marxian Internet Studies." Pp. 22-67 in *Marx in the Age of Digital Capitalism*, edited by Christian Fuchs and Vincent Mosco. Leiden: Brill.
- Halim, Syaiful dan Nuria Astagini. (2019). *Contra Commodification Of Audiences In Reporting 212 Brotherhood Reunion In Jakarta*
- Hardani, S.Pd.,M.Si., dkk. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Pustaka Ilmu : Yogyakarta

- Hendra, Tomi. 2019. Media Massa Dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal At-Taghyir : Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa* Volume 1 Nomor 2 Hal : 136-152
- Johnson, B & Christensen, L. 2004. *Educational Research Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. Boston: Pearson.
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. 2010. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53 : 59 : 68
- Karman. 2014. Media Sosial : Antara Kebebasan dan Eksploitasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 18, No. 1.
- Koetsier, J. (2020, January 18). Digital crack cocaine: The science behind TikTok's success. *Forbes*. *Forbes.com* diakses pada 9 Februari 2024. Dari <https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/01/18/digital-crack-cocaine-the-science-behind-TikToks-success/?sh=5a9706c878be>.
- Kurniawan, K., & Nopus, H. (2020). Komodifikasi dalam Ajang Pencarian Bakat Penyanyi Dangdut Liga Dangdut Indonesia di Indosiar. *Wacana : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v19i1.983>
- Lathifah, Khasna & Ismandianto. 2021. Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 4, No. 1
- Longobardi, dkk. 2020. Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents. *Children and Youth Services Review*, 104955.
- McQuail Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. Second Edition. London: Sage.
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nur, Emilsyah. 2021. Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media *Online*. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, Vol. 2 No. 1 Hal : 51 – 64
- Nurohman, Dwi Aris. 2021. *Konten Kreator : Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktokker*. Bengkulu: El Markazi.
- Odell, J. (2019, August 31). Can we slow down time in the age of TikTok? *The New York Times*. *Newyorktimes.com* diakses pada 9 Februari 2024. Dari <https://www.nytimes.com/2019/08/31/opinion/sunday/students-time.html>

- Pan, dkk. 2023. Alienation of Digital Labour on *Online Games* among College Students in China. *Migration Letters*
- Pan, Dongke; Rizal, Ammar Redza Ahamd; dan Sannusi, Shahrul Nazmi. 2023. Alienation of Digital Labour on *Online Games* among College Students in China. *Migration Letters* Vol. 20, No : S10, pp: 825-843
- Pratopo, Wahyudi M. 2017. Komodifikasi Wartawan di Era Konvergensi : Studi Kasus Tempo. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Volume VI Nomor 2
- Rafiq, A. 2020. Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, Volume 1 Nomor 1
- Saukko, P. (2003). *Doing Research In Cultural Studies: An Introduction To Classical Andnew Methodological Approaches*. London: SAGE Publications
- Siyoto, Sandu, SKM., & M. Ali Sodik, M.A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing : Yogyakarta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sevignani, Sebastian. 2013. The Commodification of Privacy on the Internet. *Science and Public Poli- cy (40): 733–739*.
- Surahman, Sigit, Annisarizki, dan Rully. 2019. Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy. *Nyimak Journal of Communication, Vol. 3, No. 1*
- Susanto, et.al. 2023. Pemanfaatan Algoritma TikTok dan Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- We Are Social. 2024. Digital 2024 : 5 Billion Social Media Users. *Wearesocial.com* diakses pada 9 Februari 2024. Dari <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Widyanto, Putri, Sulisty. 2022. Media Baru Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Di Instansi Pemerinta. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)*, Vol. 8 No. 1
- Wijaya, Stefani & Eddyono, Aryo Subarkah. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Redaksi Kuninganmass. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.4 (1)
- Yoedtadi, Moehammad Gafar & Zita Retno Hapsari. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Di Televisi Grup MNC. *Jurnal Lontar II* Volume 8 Nomor 1