



# Analisis Budaya Pop dalam Konten Youtube Hiburan: Studi Literatur

Muhammad Aril Saputra\*, Aulia Hafizhah Nur'aini, Raisyah Zahratun Pramudita, Mochammad Haikal Fikri, Eko Purwanto

Universitas Muhammadiyah Tangerang

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v6i2.4137>

\*Correspondence: Muhammad Aril Saputra

Email: [aril.sapura1507@gmail.com](mailto:aril.sapura1507@gmail.com)

Received: 07-03-2026

Accepted: 19-04-2026

Published: 28-05-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

digital.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya pop dalam konten hiburan di platform YouTube, meliputi bentuk, representasi, serta pengaruhnya terhadap *audiens* di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, di mana data diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang relevan dengan kajian budaya pop dan media digital. Teknik analisis data dilakukan melalui analisis isi (*content analysis*) dan pendekatan interpretatif untuk memahami makna serta pola yang muncul dalam fenomena yang dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya pop dalam konten YouTube hadir dalam bentuk tren *viral*, bahasa gaul, dan gaya hidup modern yang disebarluaskan melalui kreativitas konten kreator. Selain itu, YouTube tidak hanya berperan sebagai media representasi, tetapi juga sebagai pembentuk budaya pop melalui interaksi antara kreator, *audiens*, dan algoritma platform. Budaya pop memiliki dampak positif seperti meningkatkan kreativitas dan membuka peluang ekonomi digital, namun juga menimbulkan dampak negatif seperti homogenisasi konten dan potensi pergeseran nilai budaya lokal. Dengan demikian, fenomena budaya pop dalam konten YouTube hiburan perlu dipahami secara kritis agar masyarakat dapat memanfaatkan sisi positifnya sekaligus meminimalkan dampak negatifnya di era komunikasi

**Katakunci:** Budaya Pop, YouTube, Konten Hiburan, Media Digital

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital saat ini membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengonsumsi media. Salah satu platform yang paling berpengaruh adalah YouTube, yang kini tidak hanya digunakan untuk menonton video, tetapi juga menjadi ruang bagi lahir dan berkembangnya budaya populer. Konten hiburan yang disajikan di platform ini mampu menjangkau *audiens* global dengan cepat, sehingga mempercepat penyebaran tren budaya pop lintas negara. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media digital berperan penting dalam globalisasi budaya pop melalui sistem algoritma dan *User Generated Content* (UGC) (Hanafiah, 2025). Selain itu, YouTube juga menjadi salah satu platform utama dalam konsumsi hiburan digital yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens melalui berbagai format konten (Mahendra, 2024). Bahkan, perkembangan fitur seperti video pendek semakin memperkuat dominasi konten hiburan dalam menarik perhatian pengguna (Violot et al., 2024).

Budaya pop sendiri merupakan fenomena yang terus berkembang dan erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama generasi muda. Kehadiran budaya pop dalam konten YouTube tidak hanya bersifat hiburan semata, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas sosial dan gaya hidup (Yang et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa konsumsi budaya pop, seperti K-Pop di YouTube, dapat memengaruhi gaya hidup remaja, mulai dari minat, aktivitas, hingga cara mereka berpendapat. Selain itu, budaya pop juga mampu membentuk rasa kebersamaan dalam komunitas global (Yuliansyah & Makbul, 2026). Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya pop memiliki kekuatan sosial yang signifikan dalam membentuk perilaku dan pola pikir masyarakat di era digital (Fatimah & Rahma, 2025).

Di sisi lain, konten hiburan YouTube juga memperlihatkan adanya proses komodifikasi budaya, di mana budaya dijadikan sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi. Kreator konten memanfaatkan tren budaya pop untuk menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan jumlah penonton. Penelitian mengenai kanal YouTube menunjukkan bahwa konten budaya dapat dikemas ulang menjadi produk hiburan yang menarik dan bernilai komersial (Sopyanti, 2022). Hal ini diperkuat dengan meningkatnya profesionalisme kreator dalam menghasilkan konten yang sesuai dengan preferensi pasar (Abitya et al., 2023). Selain itu, dinamika produksi konten hiburan di YouTube menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan frekuensi produksi konten yang mengikuti tren populer (Rajendran et al., 2024).

Namun, di balik pesatnya perkembangan tersebut, terdapat berbagai permasalahan yang muncul terkait dengan dominasi budaya pop dalam konten hiburan. Salah satunya adalah homogenisasi budaya, di mana konten yang *viral* cenderung memiliki pola yang seragam dan mengikuti tren tertentu. Hal ini terjadi karena algoritma platform mendorong konten yang memiliki tingkat *engagement* tinggi untuk terus dipromosikan (Huseng, 2024). Selain itu, preferensi audiens yang cenderung mengikuti tren juga memperkuat dominasi jenis konten tertentu di YouTube (Zhang, 2020). Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya pop pada YouTube tidak sepenuhnya organik, melainkan dipengaruhi oleh sistem teknologi dan pola konsumsi pengguna (Ghassani et al., 2025).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana budaya pop direpresentasikan dalam konten YouTube hiburan serta dampaknya terhadap *audiens*. Mengingat YouTube memiliki peran besar dalam membentuk opini publik dan gaya hidup, analisis terhadap konten yang beredar menjadi sangat relevan. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengidentifikasi bagaimana budaya lokal dan global berinteraksi dalam konten digital (Khairiyani, 2022). Di tengah arus globalisasi budaya pop yang semakin kuat, diperlukan kajian yang mampu menjelaskan dinamika tersebut secara kritis (Dicky, 2022). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, sebagaimana dikemukakan oleh Judijanto (2026), dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan budaya media, serta memperkaya pemahaman mengenai dinamika interaksi dan transformasi budaya di era digital.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas budaya pop dan media digital, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian

besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada platform tertentu seperti TikTok atau pada fenomena budaya pop tertentu seperti K-Pop ([Abidin & Lee, 2023](#)). Selain itu, penelitian mengenai YouTube cenderung lebih menekankan pada aspek teknis seperti *engagement* dan performa konten, bukan pada analisis budaya pop secara mendalam ([Fatkhur & Lee, 2025](#)). Di sisi lain, kajian tentang YouTube sering kali belum mengintegrasikan analisis budaya, ekonomi, dan teknologi secara komprehensif (Rahim et al., 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis budaya pop dalam konten YouTube hiburan secara lebih holistik ([Sarasati et al., 2025](#)). Penelitian ini tidak hanya melihat aspek representasi budaya, tetapi juga mempertimbangkan peran kreator, algoritma, dan *audiens* dalam membentuk ekosistem budaya pop di YouTube ([Wahyudi et al., 2025](#)). Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika budaya pop di era digital ([Suwanto et al., 2023](#)). Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji media digital dan budaya pop secara lebih luas.

Untuk menganalisis bentuk, representasi, dan pengaruh budaya pop dalam konten YouTube hiburan serta memahami peran platform YouTube dalam menyebarkan dan membentuk budaya pop di kalangan masyarakat.

## Metode Penelitian

Metode penelitian dalam kajian “*Analisis Budaya Pop dalam Konten YouTube Hiburan*” menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena budaya pop dalam konten YouTube melalui analisis berbagai sumber tertulis yang relevan. Data penelitian diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan publikasi akademik yang terbit pada rentang tahun terbaru dan berkaitan dengan budaya pop, media digital, serta komunikasi massa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan dokumentasi, dengan menyeleksi sumber yang kredibel dan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan pendekatan interpretatif untuk mengidentifikasi pola, makna, serta hubungan antar konsep. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif guna memberikan pemahaman komprehensif mengenai representasi dan pengaruh budaya pop dalam konten YouTube hiburan.

## Hasil dan Pembahasan

No	Judul Artikel/Penulis	Tahun Terbit	Metode	Hasil
1	<a href="#">Abyandary</a> , T./Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Konsumerisme Audiens	2021	Kuantitatif asosiatif dengan metode survei dan analisis regresi linear.	Menunjukkan bahwa YouTube menjadi salah satu agen sosialisasi budaya bagi audiensnya.
2	<a href="#">Al-Wasilah</a> , S. A., et al./Pengaruh Media Sosial	2025	Deskriptif kuantitatif dengan instrumen kuesioner (Google Form)	Menunjukkan audiens cenderung meniru tren yang dilihat di YouTube, termasuk

	YouTube terhadap Preferensi Gaya Make Up				gaya berpakaian, bahasa, dan kebiasaan.
3	<a href="#">Cakmak</a> , M. C., Agarwal, N., & Poudel, D./ Investigating Algorithmic Bias in YouTube Shorts	2025	Kuantitatif eksperimental dengan audit algoritma berbasis akun bot		Menemukan berkurangnya keberagaman konten karena kreator lebih berfokus mengejar tren populer demi algoritma.
4	<a href="#">Difa</a> , A. B., & Setyawan, A. G./Representasi dalam media dan budaya: PERSPEKTIF TEORI STUART HALL	2025	Kualitatif deskriptif dengan perspektif Teori Stuart Hall		Menunjukkan bahwa representasi budaya pop dalam konten YouTube tidak hanya bersifat reflektif tetapi juga konstruktif.
5	<a href="#">Fariszy</a> , R./Peluang media edukasi populer dalam arus informasi digital: studi analisis isi deskriptif kuantitatif konten video kanal Youtube Nihongo Mantappu	2022	Analisis isi (content analysis) deskriptif kuantitatif		Menunjukkan bahwa kreator konten secara aktif mengikuti tren populer agar konten edukasinya tetap relevan bagi audiens.
6	<a href="#">Sopyanti</a> , F./The Commodification of Sundanese Cultural Content on the Indonesian-Korean Kimbab Family Youtube	2022	Kualitatif dengan pendekatan analisis isi kritis ( <i>critical content analysis</i> )		Menemukan bahwa identitas budaya dapat dikemas ulang menjadi format video ( <i>vlog, reaction</i> ) bernilai komersial tinggi.
7	<a href="#">Suneesh</a> , K. S., et al./The Effect of YouTube Recommendation Engine: A Study of Visibility and Engagement	2024	Kuantitatif eksperimental lewat studi keterlihatan ( <i>Visibility</i> ) dan keterlibatan ( <i>Engagement</i> )		Memperlihatkan bahwa mesin rekomendasi YouTube otomatis mendongkrak visibilitas video viral ber- <i>engagement</i> tinggi.

Sumber: [Abyandary](#), T. (2021); [Al-Wasilah](#), S. A., et al (2025); [Cakmak](#), M. C., et al (2025); [Difa](#), A. B., et al (2025); [Fariszy](#), R. (2022); [Sopyanti](#), F. (2022); [Suneeshm](#) K. S., et al (2024); dst

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya pop dalam konten YouTube hiburan hadir dalam berbagai bentuk yang beragam dan dinamis. Bentuk-bentuk tersebut meliputi tren *viral*, penggunaan bahasa gaul, gaya hidup modern, serta adaptasi budaya global seperti musik, *fashion*, dan gaya komunikasi ([Yang](#) et al., 2023). Konten seperti *vlog, challenge, reaction* video, dan parodi menjadi media utama dalam menyampaikan budaya pop ([Sopyanti](#), 2022). Kreator konten secara aktif mengikuti tren yang sedang populer agar tetap relevan dengan *audiens* ([Fariszy](#), 2022). Hal ini menunjukkan bahwa budaya pop dalam YouTube bersifat cepat berubah dan sangat dipengaruhi oleh dinamika tren digital.

Selain itu, representasi budaya pop dalam konten YouTube tidak hanya bersifat reflektif, tetapi juga konstruktif ([Difa & Setyawan](#), 2025). Artinya, konten yang diproduksi tidak sekadar mencerminkan realitas sosial, melainkan juga membentuk realitas tersebut. Kreator memiliki peran penting dalam membingkai budaya pop melalui gaya penyajian, narasi, serta visual yang menarik. Misalnya, penggunaan musik populer, *editing* yang dinamis, dan *storytelling* yang ringan membuat budaya pop lebih mudah diterima oleh *audiens* ([Jamil](#) et al., 2021). Dengan demikian, YouTube menjadi ruang produksi makna

budaya yang dipengaruhi oleh kreativitas kreator dan preferensi pasar (Uriawan et al., 2025).

Dari sisi *audiens*, budaya pop dalam konten YouTube memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku, gaya hidup, dan pola komunikasi. *Audiens* cenderung meniru tren yang mereka lihat, baik dalam bentuk gaya berpakaian, bahasa, maupun kebiasaan sehari-hari (Al-Wasilah et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa YouTube tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi agen sosialisasi budaya (Abyandary, 2021). Selain itu, interaksi antara kreator dan *audiens* melalui komentar, *like*, dan *share* memperkuat penyebaran budaya pop secara lebih luas dan cepat (Saputra, 2024).

Peran algoritma YouTube juga menjadi faktor penting dalam penyebaran budaya pop. Sistem rekomendasi yang digunakan oleh YouTube cenderung menampilkan konten yang memiliki tingkat *engagement* tinggi, sehingga konten yang *viral* akan semakin populer (Suneesh et al., 2024). Hal ini menciptakan siklus di mana budaya pop yang sedang tren terus diproduksi dan dikonsumsi secara berulang. Dampaknya, terjadi homogenisasi konten, di mana banyak kreator menghasilkan konten dengan konsep yang serupa untuk mengikuti tren yang ada (Zhou, 2024).

Namun, dominasi budaya pop dalam konten YouTube juga menimbulkan dampak negatif (Febriyanti et al., 2025). Salah satunya adalah berkurangnya keberagaman konten, karena kreator lebih fokus pada tren yang sedang populer dibandingkan dengan eksplorasi konten yang lebih kreatif atau edukatif (Cakmak et al., 2025). Selain itu, terdapat risiko penyebaran nilai-nilai yang kurang sesuai dengan norma budaya lokal, terutama jika budaya pop yang diadopsi berasal dari luar. Hal ini dapat memengaruhi identitas budaya masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna utama YouTube (Azzahra et al., 2025).

Di sisi lain, budaya pop pada YouTube juga memberikan dampak positif, seperti meningkatkan kreativitas kreator, membuka peluang ekonomi melalui monetisasi konten, serta memperluas wawasan budaya *audiens* (Hanafiah, 2025). YouTube memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam produksi budaya secara aktif (Burgess & Green, 2021). Dengan demikian, budaya pop tidak hanya menjadi konsumsi pasif, tetapi juga hasil kolaborasi antara kreator dan *audiens* dalam ekosistem digital (Mukhlis et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya pop dalam konten YouTube hiburan merupakan fenomena kompleks yang melibatkan interaksi antara kreator, *audiens*, dan teknologi (Hallinan et al., 2026). Budaya pop tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi, identitas, dan ekonomi digital (Nath, 2025). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang kritis terhadap fenomena ini agar dapat memanfaatkan potensi positifnya sekaligus meminimalkan dampak negatifnya (Suharsono & Nurahman, 2024).

## Conclusion

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, budaya pop dalam konten hiburan sebagai fenomena budaya digital yang dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi antara

kreator, audiens, dan sistem algoritma. Budaya ini hadir melalui berbagai brnyuk konten seperti *vlog*, *challenge*, *reaction video*, dan konten viral yang mencerminkan sekaligus membentuk realitas sosial melalui proses produksi makna yang kreatif. Di sisi audiens, budaya pop berpengaruh terhadap pembentukan perilaku, gaya hidup, dan pola komunikasi, yang diperkuat oleh interaksi digital serta sistem rekomendasi platform yang mendorong penyebaran konten populer secara cepat. Kondisi ini turut memunculkan kecenderungan homogenisasi konten serta dominasi tren tertentu.

Meskipun demikian, budaya pop dalam YouTube tidak hanya membawa dampak negatif, tetapi juga memberikan manfaat berupa peningkatan kreativitas, partisipasi budaya, serta peluang ekonomi melalui monetisasi konten. Oleh karena itu, budaya pop di YouTube dapat dipahami sebagai ruang produksi budaya yang kompleks, yang memerlukan pemahaman kritis agar dampaknya dapat dimaksimalkan secara positif dalam ekosistem digital.

## References

- Abidin, C., & Lee, J. (2023). K-pop TikTok : TikTok ' s expansion into South Korea , TikTok Stage , and platformed glocalization. <https://doi.org/10.1177/1329878X231186445>
- Abitya, A. Z., Purnamasari, D., Studi, P., Komunikasi, I., Studi, P., Informasi, T., Gunadarma, U., Cina, P., Beji, K., Depok, K., & Barat, J. (2023). Pengaruh Terpaan Dan Efektivitas Konten Youtube Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Subscribers. 11(1), 16–28. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.031.02>
- Abyandary, T. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Konsumerisme Audiens. 2(3), 193–206. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2021.002.03.3>
- Al-Wasilah, S. A., Hidayant, V., Maghfiroh, U., Mayliana, K. Z., Triyanah, S., Ardana, N. R., Dewani, L., Aqila, K. N., & Caroline, P. M. (2025). Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Preferensi Gaya Make Up. 4(2), 170–185.
- Alwi, M. A. R. (2023). Budaya Populer Di Era Digitalisasi (Studi Terhadap Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Jkt48 Di Surabaya). 7(1), 50–56. <https://doi.org/10.25077/rk.7.1.50-56.2023>
- Annisah, T. S. (2025). Global Algorithms , Cultures : Understanding Content Legibility on Youtube Children ' s. 8(1). <https://doi.org/10.20414/sangkep.v2i2.p-ISSN>
- August, N., & Sunjaya, L. R. (2024). Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival : Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>
- Azzahra, M. E., Hasanah, H. Y., Amelia, D., Melati, R., & Salwi, A. D. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Antarbudaya Remaja : Studi Kasus di TikTok. 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3380>
- Bellyanto, B. (2020). J-Pop Sebagai Budaya Populer Jepang Dan Dampaknya Di Indonesia. Universitas Negri Jakarta.
- Bishop, S. (2020). Algorithmic Experts : Selling Algorithmic Lore on YouTube. 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305119897323>

- Burgess, J., & Green, J. (2021). YouTube: Online Video and Participatory Culture (Vol. 13, Issue 2).
- Cakmak, M. C., Agarwal, N., & Poudel, D. (2025). Investigating Algorithmic Bias in YouTube Shorts. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.04605>
- Dicky, H. (2022). Youtube Sebagai Media Aktualisasi Pandangan Hidup Orang Sunda. 3(2).
- Difa, A. B., & Setyawan, A. G. (2025). Representasi dalam media dan budaya: PERSPEKTIF TEORI STUART HALL. 2(2), 83–90.
- Fariszy, R. (2022). Peluang media edukasi populer dalam arus informasi digital : studi analisis isi deskriptif kuantitatif konten video kanal Youtube Nihongo Mantappu . 25(1), 158–166. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v25i1>
- Fatimah, F., & Rahma, S. A. (2025). Pengaruh Budaya Pop Global Terhadap Nilai dan Identitas Generasi Z pada Masa Kini. 5(1). <https://doi.org/10.55606/cendikia.v5i1.3526>
- Fatkhur, R. R., & Lee, K. T. W. (2025). The science of YouTube : What factors influence user engagement with online science videos ? 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0267697>
- Febriyanti, Andriani, A., & Astut, I. W. (2025). Analysis of the Impact of YouTube Social Media on the Morals of Elementary School Students. 25. <https://doi.org/10.30595/pssh.v25i.1689>
- Fitriyadi, I. A., & Alam, G. N. (2020). Padjadjaran Journal of International Relations ( PADJIR ) Globalisasi Budaya Populer Indonesia ( Musik. 1(3), 251–269. <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i3.26196>
- Ghassani, F., Hasibuan, H. S., Alifia, N. N., Nurhadi, Z. F., Komunikasi, F., & Garut, U. (2025). Pengaruh YouTube Jerome Polin terhadap pembentukan sikap sosial generasi-Z di Kabupaten Garut. 3(1), 69–85. <https://doi.org/10.24198/comdent.v3i1.61177>
- H, H. K., & Ashri, N. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Hallinan, B., Trill, T., Mizoroki, S., Scharlach, R., Park, P. H., Green, A., & Shifman, L. (2026). Global creator culture? Converging values and generic practices in YouTube reviews. 31(1). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaf024>
- Hanafiah, T. (2025). Indexed By : Globalisasi Budaya Pop Dalam Media Digital : Kajian Pada Platform Tiktok Refbacks. 19(1), 26–28.
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal(Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam). 2(1), 65–82. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- Huseng, M. I. (2024). Semiotika Kritik Sosial : Kajian Video “ Sisi Gelap Pacaran ” Pada Akun Youtube Tekotok. 12(4), 321–333. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v9i4>
- Jamil, A., Briandana, R., Marta, R. F., & Mareta, Y. (2021). Research and Learning in Communication Study Representasi Perdamaian dan Harmoni : Analisis Semiotika pada Iklan YouTube Representation of Peace and Harmony : Semiotic Analysis in YouTube Ads. 7(2), 125–140. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.5323>

- Judijanto, L. (2026). Attention-Economy Bibliometric Analysis of Fan Culture from 2010 to 2025. 3(02), 319–329. <https://doi.org/10.58812/esssh.v3i02>
- Khairiyani, E. S. (2022). YouTube content commodification: a critical discourse analysis on Deddy Corbuzier' s channel. 6(March), 213–234. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.4335>
- Mahendra, A. O. (2024). Pengaruh Terpaan , Efektivitas dan Kualitas Konten terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Pada Youtube Windah Basudara Arbi Octo Mahendra. 1(4), 96–108. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.342>
- Mukhlis, K., Cangara, H., & Wahid, U. (2023). KOMUNIKASI : Jurnal Komunikasi Analisis Resepsi Budaya Populer Korean Pop Dengan Perubahan Gaya Hidup Diaspora Indonesia di Penang. 14(1), 10–15. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11843>
- Nath, D. (2025). Jurnal Perpajakan dan Keuangan Publik Changing Nature of Capitalism in the Era of Globalization through YouTube : A Perspective of Consumerism. 3(2). <https://doi.org/10.15575/jpkp.v3i2.40930>
- Priscilla, M., Afdhalu, M., Yulia, D., & Amrullah, M. H. (2025). Agenda-Setting Theory in Mass Communication : The Influence of Media on Issue Prioritization in Society. 1(1), 1–11.
- Puspitosari, R., & Lokananta, A. C. (2021). Peran Media Komunikasi Digital Pada Pola Komunikasi Guru dan Murid. 09(01), 100–109. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1326>
- Putri, R. D., Purwanto, E., Keyla, N., Kharismatika, R. N., Muthmainah, K. A., & Tangerang, U. M. (2024). El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat. 4(4), 2000–2011. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.3380>
- Rahim, A. W. A., Taylor, D. R., & Group, F. (2024). Dominasi Budaya Populer : Penguatan Nilai-Nilai Budaya Melalui Pemanfaatan Media Sosial Full Text : Statement of Originality Refbacks. <https://doi.org/10.55981/jmb.1601.Saluz>
- Rahman, E. Y., & Abdulkarim, A. (2024). Increasing Cultural Literacy in Social Studies Learning Through an Inquiry Reflective Thinking Approach. 14(1), 155–163. <https://doi.org/10.37630/jpi.v14i1.1631>
- Rajendran, P. T., Creusy, K., & Garnes, V. (2024). Shorts on the Rise : Assessing the Effects of YouTube Shorts on Long-Form Video Content. 1–100. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2402.18208>
- Ramadhani, L. (2022). Kebudayaan dalam Bimbingan dan Konseling. 9(1a), 34–42. <https://doi.org/10.29407/nor.v9i1.19403>
- Saputra, A. (2024). Pengaruh Karakteristik Perguruan Tinggi Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengakses Youtube : Perspektif Teori Uses And Gratifications The Influence Of University Characteristics On Student Behavior In Accessing Youtube : A Uses And Gratifications Perspec. 28(2), 105–118. <https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5609>
- Sarasati, F., Rusadi, U., & Nurhayati, K. (2025). Transformasi Konsep Komodifikasi Audiens pada Platform Media Digital Youtube sebagai Pelanggengan Kapitalisme. 6(2), 17–23. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i2.9097>

- Shafinas, C. A., Santoso, H., Saleh, A., Tri, R., Pranata, H., & Vokasi, S. (2024). Representasi Budaya Sulang-Sulang Pahompu Dalam Film Ngeri-Ngeri Sedap ( Analisis Semiotika John Fiske ). 4(3), 218–226. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i3.618>
- Sopyanti, F. (2022). The Commodification of Sundanese Cultural Content on the Indonesian-Korean Kimbab Family Youtube. 4(2), 35–46. <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28965>
- Storey, J. (2021). *Cultural Theory and Popular Culture : An Introduction* , Ninth Edition.
- Strinati, D. (2020). *An Introduction to Theories of Popular Culture*.
- Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan. 7(1), 298–304. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157>
- Suneesh, K. S., Padmanabhan, D., G, P., & V, J. (2024). The Effect of YouTube Recommendation Engine : A Study of Visibility and Engagement. 20(11), 2546–2557. <https://doi.org/10.52783/jes.7880>
- Suryaningsih, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta. 7(1), 1–10.
- Suwarto, D. H., Annisa, F., & Kulau, F. (2023). Utilizing YouTube for The Local Film Culture Expansion. 15(2). <https://doi.org/10.18196/jkm.19229>
- Uriawan, W., Arraudy, N. R., Shafa, O., Wibowo, P., & Santoso, R. D. (2025). A Comparative Analysis of Instagram and TikTok as Islamic da ' wahh Media in the Digital Era. 2. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2512.17646>
- Violot, C., Bilogrevic, I., & Humbert, M. (2024). Shorts vs . Regular Videos on YouTube : A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends. In ACM Web Science Conference (Websci '24), May 21â•fi24, 2024, Stuttgart, Germany (Vol. 1, Issue 1). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3614419.3644023>
- Wahyudi, M. D. R., Hasan, N., & Fatwanto, A. (2025). From Pulpit to Platform : Algorithmic Mediation and the Transformation of Religious Authority on YouTube. 18(2), 352–377. <https://doi.org/10.14421/pjk.v18i2.3622>
- Yang, A. E., Savitri, L., & Utami, S. (2023). Gambaran Gaya Hidup Remaja Yang Mengonsumsi Konten Budaya Pop Korea di Youtube. 128–135. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21310>
- Yuliansyah, R. A., & Makbul, T. (2026). Ana s bibliometrik topik budaya fan k-pop dan pembentukan identitas kolektif 2016 – 2021. 15(01), 23–35. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v15i1.91293>
- Zhang, S. (2020). Mi YouTube es Su YouTube? Analyzing the Cultures using YouTube Thumbnails of Popular Videos. 9.