

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad., Z. A. (2019). Integrasi Program Dakwah dan Budaya: Studi Etnografi Virtual Mediamorfosis Radio Nada FM Sumenep Madura. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 238–263. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.238-263>
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Achmad, Z. A., Ida, R., & Mustain, M. (2020). A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in Campursari Music Proliferation in East Java. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.9787>
- Aditya, R. (2021). *Profil Nadin Amizah, Rising Star Penyanyi Bersuara Merdu Indonesia*. Suara.Com. <https://www.suara.com/entertainment/2021/01/19/131500/profil-nadin-amizah-rising-star-penyanyi-bersuara-merdu-indonesia>
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 431, 431–440.
- Amaral, I. (2016). The SAGE Encyclopedia of Pharmacology and Society. In *The SAGE Encyclopedia of Pharmacology and Society* (Issue May). <https://doi.org/10.4135/9781483349985>
- Amizah, N. (2020). *Nadin Amizah - Bertaut (Official Music Video)*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HyhLsy6b0XI>
- Angelone, L. (2018). Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being There. *Mid-Western Educational Researcher*, 31(3), 275–295.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364–377. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.058>
- Bill, C. (2019). *YouTube Premium Bebas dari Iklan, Bagaimana Nasib Kreator Konten?* Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2019/11/07/11320047/youtube-premium-bebas-dari-iklan-bagaimana-nasib-kreator-konten>
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Universitas Tarumanagara Jakarta*, 406–417. <https://journal.untar.ac.id>
- Cindy, M. A. (2020). *Pengguna Tiktok Naik 20% Selama Pandemi, Terbanyak Konten Edukasi*. Katadata.

<https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ec2245aa8bc7/pengguna-tiktok-naik-20-selama-pandemi-terbanyak-konten-edukasi>

- Darmarespati. (2020). *Strategi Distribusi Rilis Musik di Era Digital*. Suara.Com. <https://yoursay.suara.com/news/2020/01/13/132138/strategi-distribusi-rilis-musik-di-era-digital?page=all>
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3–4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B., & Read, R. (2007). Virtual Ethnography. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3).
- Dwi, W., Zebua, A., & Utari, S. A. (2019). Virtual Ethnography Study on the Use of Social Media. *PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, November*, 5–6.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5, 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Fathurrozaq. (2020). *Cerita Nadin di Balik Selamat Ulang Tahun*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/weekend/319055/cerita-nadin-di-balik-selamat-ulang-tahun>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 148–152.
- Fitrya, S. N. T. A. (2017). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial : Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Virtual Vlog. *Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin*, 7(1), 83–92.
- GCFGlobal. (2020a). *What is Instagram?* GCFGlobal. <https://edu.gcfglobal.org/en/instagram/what-is-instagram/1/>
- GCFGlobal. (2020b). *What is YouTube?* GCFGlobal. <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/>
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. C., & Wise, J. M. (2006). *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*. SAGE Publications Ltd.
- Hadi, I. P. (2020). *RADIO SIARAN INTERAKTIF DAN LAYANAN PUBLIK*. Qiara Media.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. DetikInet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography* (London). SAGE Publications Ltd.
- Hosseini, H. (2010). Popular culture in Asia: Globalization, regionalization, and localization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(5), 7356–7358. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.05.094>
- Inc, W. A. S. (2020a). *Daily Times Spend Using Social Media*. We Are Social Inc. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Inc, W. A. S. (2020b). *Daily Times Spend With Media*. We Are Social Inc. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Irudayaraj, A. S. J. (2020). *The role of social media in the expression and transmission of specific cultural elements among college students in Tamil Nadu*. 7(1), 400–408.
- Kamaliah, A. (2020). *Pendapatan Musik Global Turun Rp 148 Triliun, Streaming Musik Naik 9%*. DetikInet. <https://inet.detik.com/business/d-5133585/pendapatan-musik-global-turun-rp-148-triliun-streaming-musik-naik-9>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khan, G. F., Swar, B., & Lee, S. K. (2014). Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. *Social Science Computer Review*, 32(5), 606–627. <https://doi.org/10.1177/0894439314524701>
- Leeuwen, T. Van. (2011). Multimodality and Multimodal Research. In *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (pp. 549–568).
- Lowisz, S. (2017). The Influence of Social Media in Today's Culture. *Educating Professionals*, 1–12.
- Manning, J. (2014). Social Media, Definition and Classes of. *Encyclopedia of Social Media and Politics, January 2014*. <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>
- Moreau, E. (2021). *What Is Instagram and Why Should You Be Using It?* Lifewire. <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>
- Nugraha, A., Hasanah Sudrajat, R., & Primadani Satria Putri, B. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sositologi, 14*(3), 237–245. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Nurhalimah Sitti, dkk. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir (Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi)*. Deepublish.
- Ohiagu, O. P., & Okorie, V. O. (2014). Social Media: Shaping and Transmitting Popular Culture. *Covenant Journal of Communication*, 2(1), 93–108.

<http://journals.covenantuniversity.edu.ng/index.php/cjoc/article/view/57>

- Putri, A. (2020). *Lagu Bertaut Dirangkai dalam Bahasa yang Tajam, Nadin Amizah: Bercerita tentang Ikatan Ibu dan Anak*. Pikiran Rakyat.
<https://bogor.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-08910407/lagu-bertaut-dirangkai-dalam-bahasa-yang-tajam-nadin-amizah-bercerita-tentang-ikatan-ibu-dan-anak>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rayana, U. (2020). *Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi*. Selular.Id.
<https://selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-tiktok-terbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/>
- Riandi, A. P. (2020). *Album Selamat Ulang Tahun Nadin Amizah Tembus 5 Juta Streaming dalam 2 Minggu*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/hype/read/2020/07/27/170030366/album-selamat-ulang-tahun-nadin-amizah-tembus-5-juta-streaming-dalam-2>
- Saadiah, H. (2020). *Kupas Makna Lagu-lagu dalam Album Nadin Amizah "Selamat Ulang Tahun."* Gen Sindo.
<https://gensindo.sindonews.com/read/251444/700/kupas-makna-lagu-lagu-dalam-album-nadin-amizah-selamat-ulang-tahun-1606745466?showpage=all>
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). SELF DISCLOSURE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(1), 81–94.
<https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.687>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research dan Development)*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sendari, A. A. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- Siyoto, S., & M Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Tesalonica. (2020). *Jumlah pengguna unik YouTube di Indonesia capai 93 juta*. Tec.Id. <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>
- TikTok.com. (2021). *About TikTok*. TikTok.Com.
<https://www.tiktok.com/about?lang=id-ID>
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media baru dalam komunikasi politik*. CV. Jakad

Publishing.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi* (N. Setyaningsih (ed.)).

Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 59–63. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.59-63>

Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application—Taking Tik Tok as an Example. *9th International Conference on Information and Social Science, Iciss*, 340–343. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>

Yudo, D. (2021). *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia Tahun 2020-2021*. Berita Satu.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.