

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(7), 130-139. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i2.461>
- Aini, N. Z., & Kusuma, A. (2023). Budaya Penggemar dalam Membaca *Fan Fiction* NCT di Twitter. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10365-10369. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3361>
- Ananda, B. F., Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Wibowo, A. A., & Fauzan, L. A. (2022). Variasi Komunikasi Virtual Pada Kelompok Pemain *Game Mobile Legends*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 18-34. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.1.18-34>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyok di Kota Palu. *Jurnal Kinesik*, 9(2), 176-182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Ayuningtyas, N. (2023). 8 Drama dan Film Korea Selatan Ini Diremake ke Indonesia, Terbaru Descendant of The Sun. Dipetik 15 September, 2025, dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5451791/8-drama-dan-film-korea-selatan-ini-diremake-ke-indonesia-terbaru-descendant-of-the-sun?page=9>
- Belk, R. W., & Llamas, R. (2013). *The Routledge Companion to Digital Consumption*. file:///C:/Users/ASUS-Downloads/9780203105306_previewpdf.pdf
- Benneth, L. (2014). *Tracing Textual Poachers: Reflection on The Development of Fan Studies and Digital Fandom*.
- Bofe, G. C. J., & Adam. A. (2024). Penerapan Pelayanan Kesehatan Berbasis Aplikasi oleh Dinas Kesehatan Melalui Telaah Paradigma Konstruktivisme. *Jurnal Kesehatan dan Kedokteran*, 3(2), 1-6. <https://doi.org/10.56127/jukeke.v3i2.1274>
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation* (E. B. Supriyanto (ed.)). Jakarta: Kompas Gramedia.
- Desmita, M., D. (2023). 5 Prestasi EXO Lewat Album *Exist*, *Million Seller* Ke-7 Kalinya. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.idntimes.com/korea/kpop/5-prestasi-exo-lewat-album-exist-million-seller-ke-7-kalinya-01-8dpsl-ndr831>
- Fadhlullah, Z, F., Netrawati., & Karneli, Y. (2023). Konseling Kelompok *Cognitive Behavioral Teraphy* untuk Remaja Kecanduan *K-Pop*. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 1(4). <https://doi.org/10.58540/jipsi.v1i4.84>
- Fahel, M. (2025). 3 Momen Istimewa di Perayaan 13 Tahun EXO 13IRTHDAY *HOME PARTY*. Dipetik 15 September, 2025, dari <https://www.idntimes.com/korea/kpop/3-momen-istimewa-di-perayaan-13-tahun-exo-13irthday-home-party-01-wdyz2-fplryy>

- Geun, L. (2009). *A Soft Power Approach To The "Korean Wave"*. https://yaejikim94.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/05/a_soft_power_approach_to_the_e2809ckorean_wc2b7c2b7.pdf
- Goodstats.id. (2022). Indonesia Jadi Negara dengan *Fans K-Pop* Terbanyak di Dunia. Dipetik 30 Maret, 2025, dari https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-K-Pop-terbanyak-di-dunia-6w71d#google_vignette
- Gooch, B. (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantas*. (Undergraduate Thesis, Georgia Institute of Technology). Diakses dari <https://smartech.gatech.edu/>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publication Ltd.
- Jenkins, H. (2007). *Afterword: The Future of Fandom (Fandom: Id)*. New York University Press.
- Jenkins, H., et al. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture*. Londong, England: The MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University.
- Jenkins, H. (2013). *Textual Poachers Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Kapanlagi.com. (2022). 10 Tahun Debut, Ini Sederet Prestasi EXO yang Tak Boleh Kamu Lupakan. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.kapanlagi.com/korea/10-tahun-debut-ini-sederet-prestasi-exo-yang-tak-boleh-kamu-lupakan-ec2088.html>
- Kumparan, com. (2024). 4 Fandom terbesar di dunia *K-Pop* yang Memiliki *Fans* Banyak. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://kumparan.com/seputar-hobi/4-fandom-terbesar-di-dunia-k-pop-yang-memiliki-fans-terbanyak-23chp5amtX7>
- Kusuma, A., et al. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238-251. 10.31947/etnosia.v5i2.10898.
- Lee, G. (2009). *A Soft Power Approach to the "Korean Wave"*. *The Review of Korean Studies*, 12(2), 123-137. <https://doi.org/10.9716/kits.2014.13.3.077>.
- Lintang, I. (2025). 8 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2025. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.inilah.com/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-2025>
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). Diakses dari: <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submission/original/1649-3678-1-SM.pdf>
- Malik, Z., & Haidar, S. (2020). *Online Community Development Through Social Interaction — K-Pop Stan Twitter as A Community of Practice, Interactive Learning Environments*. *Interactive Learning Environments*. <https://doi.org/doi.org/10.1080/10494820.2020.1805773>

- Mihardja, Jeanette, & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial *Fanboy* dan *Fangirl* ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393–400.
- Paramita, S., & Erdiansyah, R. (2016). *Entrepreneurship* dan *New Media* Pada Generasi Muda. *Kaji Tindak: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1).
- Purbhastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2).
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (*K-Pop*) Pada Budaya *K-Pop* Dalam Komunitas EXO-L Di Surabaya. *Paradigma*, 12(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/55477>
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*. 10(2), 2715-4564. <https://ejournal.my.id/onoma/article/view/3479/2321>
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 8(2), 13-23. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Sa'diyah, C. (2019). Bukan Daesang, 8 Prestasi EXO di Tahun 2018 Ini Tak Pernah Kalah Membanggakan. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/8-prestasi-exo-di-tahun-2018-ini-tak-kalah-membanggakan-c1c2-01-8156d-691074>
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *CoverAge:Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45-58.
- Shalihah, N. F., & Hardiyanto, S. (2021). Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncuran. Dipetik 17 September, 2025, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture and Society*, Vol. 28, pp. 25–44. <https://doi.org/10.1177/0163443706059278>
- Soriano, A. J. T. F. (2024). Textual Poachers and Fandom Dynamics: A Study of Filipino College Students. *Philippine Social Science Journal*, 6(4), 51-62.
- Sugihartati, Rahma. 2017. *Budaya Populer Dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi Dan Hegemoni Kapitalisme Di Era Digital*. Pertama. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiq, I, Pithaloka, D, & Rahmadani, B. (2023). Studi Fenomenologi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Daerah. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 2(11), 191-206.
- Tempo.com. (2023). 8 Fandom K-Pop Terbesar di Dunia, Tentu BTS Army Nomor Satu. Dipetik 20 April, 2026, dari https://www.tempo.co/teroka/8-fandom-k-pop-terbesar-di-dunia-tentu-bts-army-nomor-satu-176085#google_vignette

- Tempo.com. (2024). Pengertian *Hiatus* dan Perbedaannya dengan Vakum. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.tempo.co/teroka/pengertian-hiatus-dan-perbedaannya-dengan-vakum-1182812>
- Tempo.com.(2023). Sepak Terjang Grup EXO: Salah Satunya Total Menangi 169 Penghargaan. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.tempo.co/teroka/sepak-terjang-grup-exo-salah-satunya-total-menangi-169-penghargaan-169758>
- Tempo.com.(2024). Sepak Terjang Grup EXO yang Pernah Gondol *Billboard Music Awards*. Dipetik 20 September, 2025, dari <https://www.tempo.co/teroka/sepak-terjang-grup-exo-yang-pernah-gondol-billboard-music-awards-61561>
- Wardani, P. K. (2018). Budaya Partisipasi (*Participatory Culture*) di Kalangan Vlogger. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <http://lib.unair.ac.id/>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 141-152. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>
- Wishandy, W., Loisa, R., & Utami, L. S. S. (2019). Fanatisme Penggemar *K-Pop* Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram *Fanbase Boyband IKON*). *Koneksi*, 3(1), 133-140. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6156>
- Yusron, A. A. (2024). Masa Depan EXO di SM *Entertainment*. Dipetik 15 September, 2025, dari <https://www.detik.com/pop/korean-wave/d-7134461/masa-depan-exo-di-sm-entertainment>