

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, R., Connell, H. O., & Smith, A. J. (2025). *The people ' s game : evolutionary perspectives on the behavioural neuroscience of football fandom*. January, 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1517295>
- Adnjani, M. D., & Supraja, M. (2025). *Participatory Culture in Digital Activism : Enhancing Digital Literacy in Indonesia*. 34–51. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i30.20329>
- Aji, A. S. (2025). *PENGARUH TEKNOLOGI INTERAKTIF (POLLING , LIVE CHAT , STORY) TERHADAP KETERLIBATAN AUDIENS*. 944–956.
- Alfaris, L., Yusuf, J., & Afandi, R. (2022). *Analisis Ragam Gaya Bahasa Sarkasme dalam Tuturan Komentator Sepak Bola Piala AFF 2021 di Instagram Ngapakfootball*. 6, 12011–12016.
- Asril, M. F., & Darmansyah, S. S. (2024). *Manchester United dan Makna Kesetiaan : Studi Fenomenologi Loyalitas Mahasiswa Penggemar Manchester United*. 4, 124–138.
- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons.
- Dunn, R. A. (2020). *Multidisciplinary Perspectives on Media Fandom*. i.
- Ellison, N. B. (2008). *Social Network Sites : Definition , History , and Scholarship*. 13, 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Erliana, E., Itsniattin, W., Khoiriah, N., Pangandaran, I. K. K., & Padjadjaran, U. (2024). *Alternative Universe (AU) Sebagai Budaya Partisipatif NCTzen Indonesia di Aplikasi X NCT atau Neo Culture Technology berasal dari salah satu agensi terbesar di Korea menjadi salah satu dari banyaknya Aktivitas fandom NCTzen Indonesia kerap kali terlihat di berbagai media keunggulan media komunikasi . X menjadi layanan sebelumnya (We Are Social , 2023) . X yang merupakan penggemar dari idol KPop . X yang merupakan media yang membagikan aktivitas maupun karya- fandom*. 15(1).
- Fadilah, M. R., & Putri, I. P. (2024). *The Influence of Social Media Account X @Idextratime and Verbal Aggression on the Fanaticism of Manchester United Football Club Fans*. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(7), 1183–1200. <https://doi.org/10.55927/IJAR.V3I7.10263>
- Ferdiansyah, R., & Athilla, M. D. (2024). *FENOMENA ULTRAS DAN KEMUNDURAN SEPAKBOLA INDONESIA DALAM PODCAST BUBARKAN SEPAKBOLA DI INDONESIA : TINJAUAN WACANA KRITIS FAIRCLOUGH*. 14, 471–480.
- Harjono, A. C., Choirunnisa, Z., & Febriana, F. N. (2025). *Konvergensi Media di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis tentang Integrasi Penyiaran Digital dan Media Sosial dalam Membangun Keterlibatan Audiens*. 2, 392–406.

- Hasan, D. Y., Savitri, L., & Utami, S. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial X untuk Interaksi Penggemar dalam Mendukung Idola*. 387–395.
- Highfield, T. (2017). *Social Media And Everyday Politics*. 11, 2231–2235.
- Hills, M. (2003). *Fan cultures*. Routledge.
- Hine, C. (2008). Virtual ethnography: Modes, varieties, affordances. *The SAGE handbook of online research methods*, 257–270.
- Hutchins, B. B., & Rowe, D. (2014). *Sport Beyond Television : The Internet , Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. 279–281.
- Ida, R. (2018). Etnografi virtual sebagai teknik pengumpulan data dan metode penelitian. *The Journal of Society and Media*, 2(2), 130–145.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world , unite ! The challenges and opportunities of Social Media*.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kennedy, H., Gonzales, J., & Pegoraro, A. (2021). *Digital Sport Fandom*. 261–272. <https://doi.org/10.4324/9780429342189-26>
- Kianpour, M., Triandafyllidou, A., & Allen, T. (2025). *Social media narratives , diasporic identity and collective memory : A critical synthesis of the literature*. 26(1), 36–62. <https://doi.org/10.1177/14687968251386072>
- Lee, Y., & Park, S. (2025). *Classifying and Characterizing Fandom Activities : A Focus on Superfans ' Posting and Commenting Behaviors in a Digital Fandom Community*. 1–28.
- Li, H. (2025). *UGC and Participatory Culture : The Impact of Internet Content Creation on the Expression and Dissemination of*. 0, 97–105.
<https://doi.org/10.54254/2753-7048/2025.HT27735>
- Mawardani, H. A., Sudrajat, A., Sosiologi, P. S., & Surabaya, U. N. (2025). *HIBRIDITAS BUDAYA DALAM FANDOM K-POP : KONSTRUKSI*. 12, 66–80.
- Mccracken, G. (2011). *Culture Account the and of Consumption : A the Structure of and Meaning Theoretical Movement Goods of Cultural Consumer*. 13(1), 71–84.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldana, J., & Rohidi, T. R. (1996). *F. Analisis Data*. IMPLEMENTASI KURIKULUM MERDEKA DI SEKOLAH, 61.
- Mulyana, D. A., Qonitah, A., Salsabilla, S. A., Komunikasi, F. I., & Padjadjaran, U. (2024). *Bentuk budaya partisipasi : Studi deskriptif kualitatif pada*

- fandom bobotoh*. 2(1), 120–137.
- Paiva, A., & Quintas-mendes, A. (2024). Participatory culture and knowledge sharing among educators and scholars in higher education. *Educational Media International*, 61(1–2), 86–102.
<https://doi.org/10.1080/09523987.2024.2357954>
- Parsakia, K., Jafari, M. B., Hill, R., Hill, R., & Dynamics, C. (2024). *The Dynamics of Online Fandom Communities: A Qualitative Study on Engagement and Identity*. 1(3), 4–11.
- Piva, H. C. (2022). *AN OVERVIEW OF FAN PRODUCTION AND PARTICIPATORY CULTRE in the digital age*. 89–102.
- Praboswari, I. G. (2022). KOMUNIKASI KELOMPOK ANTARA KOORDINATOR DAN ANGGOTA KELOMPOK SUPPORTER PERSEBAYA SURABAYA (BONEK MANIA) DALAM MEMPERBAIKI CITRA. *Journal Communication Specialist*, 1(5), 625-635.
- Puspita, R., Minggu, P., & City, S. J. (2021). *NEGOSIASI PENONTON DALAM LIVE STREAMING PADA ERA POSMODERNISME : ANTARA KENIKMATAN MENONTON FILM DAN BERKOMENTAR Audience Negotiation in Live Streaming on Postmodernism Era : Between Enjoyment of Watching Movies and Commenting*. 7(2), 277–294.
- Rabathy, Q., Komala, E., Nurdiantara, R. R., Rizqullah, A. F., & Rizqullah, F. R. (2024). *MEDIA KOMUNITAS SUPORTER SEPAKBOLA SEBAGAI OPINION LEADER DI MEDIA SOSIAL menjadi alat utama untuk berkomunikasi , seperti Viking Persib Club , Viking sebelumnya , yang umumnya hanya sepakbola , khususnya Persib Bandung , ini adalah bagaimana media komunitas suporter , yaitu Viking Persib Club , Viking anggota komunitas suporter di Twitter , suporter membentuk dan mempengaruhi memberi wawasan kepada pengelola media komunitas suporter dalam*. 8.
- Rabbani, F. Z. (2024). *KOMUNITAS DAN INTERAKSI PENONTON PADA SIARAN LANGSUNG DI KANAL YOUTUBE NAPLIVE*. 1(1), 406–415.
- Sakina, R. A., Widyasari, W., Komunikasi, I., Yogyakarta, U. M., Komunikas, I., & Yogyakarta, U. M. (2023). *Budaya Penggemar di Twitter : Etnografi Virtual pada Penggemar NCT di Twitter*. 3(1), 84–93.
- Sanita Eka, A. S. (2025). *Analisis Psikolinguistik dalam Komunikasi Digital: Dampak Penggunaan Emoji terhadap Ekspresi Emosi pada Mahasiswa*. 10, 486–497.
- Savitri, S. (2025). *Identifikasi Stan Twitter sebagai Komunitas Fandom yang Dibayangkan*. 7(2020), 1–18.
- Sihombing, I. J., & Berto, A. R. (2024). *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL Tagar dan Gerakan Opini Digital : Analisis Jaringan Sosial Terhadap Tagar*

BubarkanPSSI. 7(4), 622–643.

- Smutradontri, P. (2020). Fandom and identity construction : an analysis of. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2020, 1–13.
<https://doi.org/10.1057/s41599-020-00653-1>
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Suradi, S. T., & Tecoalu, M. (2023). *Penerapan Jurnalisme Warga Di Media Sosial Instagram Kabar Tebet*. 10(1), 289–298.
- Syahputra, I. (2016). *TERBENTUKNYA IDENTITAS FANS SEPAK BOLA*.
- Witarti, D. I. (2026). *Aktivitas Nasionalisme Digital : Studi Netnografi Fandom K Indonesia*. <https://journals2.ums.ac.id/komuniti/issue/view/944>, 1–28.