

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., Ibrahim, A., Sirait, N., Oktavia, N., Widyadari, R., Amanda, S., & Jansa, S. (2023). Studi Psikologi Siber Tentang Dampak Hate Speech Bagi Pengguna Media Sosial. *SIBATIK JOURNAL Jurnal Ilmiah Bidang Sosial Ekonomi Budaya Teknologi Dan Pendidikan*, 2(11), 3459–3472. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i11.1478>
- 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>
- Adzina, N. J. (2024). *Resolusi Konflik Fandom K-Pop dalam Menghadapi Fanwar : Studi Kasus Fandom “Carat” di Instagram*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agustya, S. V., Rahma, H. M., & Natalia, K. (2023). Analisis Interaksi Simbolik pada Konten TikTok @don.Gustavio dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, dan 2000-an. *Scriptura*, 13(1), 14–26. <https://doi.org/10.9744/scriptura.13.1.14-26>
- Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *Jurnal Psimawa*, 5(2), 86 – 90–86 – 90.
- Amelia, Mauliyah, N., & Putri, R. D. (2023). Ujaran Kebencian dalam Perspektif Teori Kepribadian dalam Psikologi. *Flourishing Journal*, 3(2), 61–73. <https://doi.org/10.17977/um070v3i22023p61-73>
- Amelia, S., Khotimah, W. Q., & Prasetya, H. (2025). Komunikasi Kelompok Fanbase: Konformitas dalam Mendukung Idola pada Event Sousenkyo 2024. *JURNAL HERITAGE*, 13(1), 17–322. <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/heritage.v13i2.6065>
- Ameliani, T. F. K., & Safari, T. (2025). The Moderating Role of Empathy in the Relationship Between Fanaticism and Cyberbullying Among Adolescent K-pop Fans on Social Media. *Jurnal Sains Psikologi*, 14(1), 56–70. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um023v14i12025p56-70>
- Andreas, R. (2020). Praktik Konsumsi Fans JKT48: Kajian Kritis Neo-Marxisme. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(1), 205–215. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i1.771>
- Angelica, D. M., & Fadli, Z. A. (2023). Communication Strategies Implemented by JKT48 Towards Fan Loyalty. *Proceedings International Conference of Culture and Sustainable Development*, 1, 98–105. <https://proceedings.undip.ac.id/index.php/icocas/article/view/676>
- Anggraeni, D., & Adrinoviarini, A. (2020). Strategi Pengawasan Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial pada Pemilu. *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 99–116. <https://doi.org/10.47776/alwasath.v1i2.60>
- Anggraini, D. (2015). *Dinamika Pemujaan Idola (Idol Worship) Dalam Fandom JKT48* [Universitas Negeri Jakarta]. [http://repository.unj.ac.id/699/4/DwiAnggraini\\_4825110132.pdf](http://repository.unj.ac.id/699/4/DwiAnggraini_4825110132.pdf)
- Ayu Saraswati, L., & Nurbaiti. (2020). BTS ARMY’s #BTSLOVEYOURSELF: A Worldwide K-Pop Fandom Participatory Culture on Twitter. *KnE Social Sciences*, 423–432. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i14.7899>

- Aziz, M. F. (2019). Exploring Masculinity in JKT48 Male Fans Tweet. *KnE Social Sciences*, 1(1), 236–251. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i20.4939>
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Prentice-Hall. University of California Press.
- Blumer, H. (1998). The Methodological Position of Symbolic Interactionism. *Sociologija. Mintis Ir Veiksmas*, 2(2), 147–156. <https://doi.org/10.15388/SocMintVei.1998.2.6765>
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Cindrakasih, R. R., Rahardjo, A., Saeni, E., & Rahmi, M. (2024). Brand Attachment Penggemar dan Idola Melalui Konten Fanatisme. *AL MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 5(1), 2058–2068. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6637>
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/cjpp.v7i04.36343>
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(2), 53–60. [https://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810200\\_1v.pdf](https://journal.unair.ac.id/filerPDF/110810200_1v.pdf)
- Demant, J., & Moretti, A. (2024). Intrusiveness and the Public-private Divide in Netnography: A Situated, Structured Approach for Ethical Research in the Context of Closed, Group-based, or Hidden Social Media Behaviour. *International Journal of Qualitative Methods*, 23, 1–15. <https://doi.org/10.1177/16094069241257937>
- Dewi, D. T., Lasut, K. B., Manungkalit, S. T., & Khatulistiwa, M. B. (2022). Participatory Fandom Harries Indonesia Pada Penulisan Fanfiction di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 21–42. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24038>
- Erciş, A., Deveci, F. G., & Deligöz, K. (2016). *Determining the Influence of Fanatical Tendencies on Consumption Styles Based on Lifestyles*.
- Farij, I., & Nio, S. R. (2025). Hubungan Antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar JKT48 Regional Sumatera Barat (PDG48). *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.306>
- Firdausy, W. J., & Achmad, Z. A. (2025). Strategi Promosi Modifikasi Mobil Melalui Instagram oleh Akun @evan\_autoconcept. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(4), 1409–1414.
- Fujiwara, S., & Miura, H. (2024). Practicing belonging, vicarious spirituality, and gendered fetishism: The transformation of the non-religious/religious in contemporary Japanese youth culture. *Social Compass*, 71(2), 212–235.

- <https://doi.org/10.1177/00377686241260494>
- Fuschillo, G. (2020). Fans, Fandoms, or Fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Gofe, T. E., Olana, D. R., & Debela, K. L. (2022). A Critical Review of Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. *Science Research*, 10(5), 114–120. <https://doi.org/10.11648/j.sr.20221005.12>
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 04(05). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>
- Haq, N. H., & Pamungkas, I. N. A. (2025). Identitas Komunikasi Penggemar Fanatik Komunitas NCTzen. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3), 1795–1804. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/rrij.v7i3>
- Hermawan, J. S. (2024). A Study on Fandom and Fan Culture: Socioeconomic Implications in the Digital Era. In *LATTE: A Journal of Language* (Vol. 1, Issue 1).
- Hidayat, B. D., Surono, A., & Hidayati, M. N. (2021). Ujaran Kebencian pada Media Sosial pada Saat Pandemi Covid-19 Studi Kasus Putusan No.72/PID.SUS/2020/PT.DPS. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 6(2), 23–44. <https://doi.org/10.36722/jmih.v6i2.836>
- Jenkins, H. (2012). *Textual Poachers : Television Fans and Participatory Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203114339>
- Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp. 11–26). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch1>
- Jesica, K., & Utami, L. S. S. (2025). Bergelut di Dunia Fanwar: Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop EXO-L dan ARMY di Twitter. *Koneksi*, 9(1), 29–40.
- Juliansyah, R., & Achmad, Z. A. (2023). Pro Kontra Netizen pada Pemberitaan Pemilihan Ketua Umum PSSI di Instagram @Tempodotco. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10292–10299. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:265593767>
- Kamalia, M. (2024). Hiperrealitas Pemuja Idola Dalam Masyarakat Konsumsi (Studi Kasus: 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat). *Jurnal Diskursus Pendidikan Sosiologi*, 5(2), 59–80.
- Khairunnisa, R. M. (2023). *Interaksi Sosial Dalam Virtual Event Pada Tagar #JeketiSelcaDay (Studi Netnografi Cyber Fandom Fans JKT48 di Twitter)* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO]. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/22212>
- Khelsea, Y. O., Achmad, Z. A., Tranggono, D., & Claretta, D. (2021). Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(02), 264–289. <https://doi.org/10.15642/JKI.2021.11.02.264-289>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography : Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.

- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2023). Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. *Annals of Tourism Research*, 104, 103693. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103693>
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kusuma, A., Putri Purbantina, A., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238–251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Listiana, H., & Anam, K. (2025). Strategi Penyusunan Kerangka Berpikir: Meningkatkan Kualitas Penelitian. *LENTERA : Kajian Keagamaan , Keilmuan Dan Teknologi*, 24(1), 146–157.
- Lubis, R., & Murhayati, S. (2025). Karakteristik Penelitian Kualitatif Tujuan dan Manfaat Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13066–13073.
- Maharani, C., Juliansyah, V., & Purnama, D. T. (2024). Fenomena Korean Wave dan Fanatisme Penggemar Dalam Bermedia Sosial Studi Kelompok Fandom di Kota Pontianak. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 18–42. <https://doi.org/10.33369/jsn.10.1.18-42>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1475–1482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Mead, George Herbert. (1962). *Mind, Self, and Society : From the standpoint of a social behaviorist* (C. W. Morris (ed.)). The University of Chicago Press.
- Mulya, S. N. M., & Mulyana, A. (2022). Parasocial Interactions: JKT48 Fans in Forming Relations with Idols and Social Environment. *Journal of Social and Political Sciences*, 5(3), 108–115. <https://doi.org/10.31014/aior.1991.05.03.368>
- Mulyana, A., Briandana, R., & Ningrum, D. A. P. (2019). Social Construction Fandom as Cultural Industry Marketing of JKT 48 Fan Group. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), 257–266. <https://doi.org/10.21632/irjbs.12.3.257-266>
- Mulyana, R., Garnida, A., & Pramadya, H. (2024). Interaksi Simbolik Pecinta K-Pop di Komunitas Korean dan Cerdi Bandung. *JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES*, 2(2), 730–738.
- Murwani, E., Genki, E., Dewa, N., & Adita, S. (2023). Participatory Culture Fans

- Of Boyband Exo On Social Media Instagram. *JCommsci - Journal of Media and Communication Science*, 6(1), 10–18. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v6i1.201>
- Natio, S. I., & Paramita, S. (2020). Public Relations Perusahaan Industri Musik dalam Mempertahankan Reputasi (Analisis terhadap DX Entertainment JKT48). *Prologia*, 4(2), 324–331. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6596>
- Ningsih, T. W. R., Haryanti, D. A., & Saptono, D. (2025). Studi Netnografi pada Pola Komunikasi dan Interaksi Komunitas pada Instagram @batikrumahmerah. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 303–318. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v14i2.9696>
- Nursanti, M. I., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop Sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online*, 2(2), 1–18. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259>
- Padricelli, G. M., Punziano, G., & Saracino, B. (2021). Virtual vs Digital: Examples of Netnography and Digital Ethnography in Tourism Studies for a Comparison between Methods. *ATHENS JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*, 8(4), 259–278. <https://doi.org/10.30958/ajss.8-4-4>
- Permana, A. (2014). Studi Fandom Jkt48 Sebagai Pop Culture. *COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI*, 3(3), 442–453.
- Pohan, S., & Gustiana, Z. N. (2023). Fenomena Fanwar dan Fanatisme Antar Fandom K-Pop di Media Sosial Twitter. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 10–16. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i02.280>
- Prasetyo, M. A., & Angeliga, F. (2025). Fan Power and Capital in JKT48's Senbatsu Sousenkyo Voting Contest. *Bricolage; Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 11(2), 199–212. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/8128>
- Pratama, M., & Winduwati, S. (2021). Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Kepada Idola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Wota dan Woti Penggemar JKT48 di Jabodetabek). *Koneksi*, 5(1), 133–138. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10197>
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125–135. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Rabbani, R. D., & Budiani, M. S. (2024). Hubungan antara Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Fans JKT48 Zeemotion. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 428–439. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/cjpp.v11i1.61511>
- Raharjo, M. Z., & Kusuma, A. (2024). Aktivitas Digital Penggemar JKT48: Studi Netnografi Pada Aplikasi Showroom. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(11), 12908–12916. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i11.5024>
- Rahma, N. A. (2024). Pola Interaksi Simbolik Antara Penggemar dan Boygroup K-Pop NCT Pada Aplikasi LYSN. *Commercium*, 8(3), 20–29.
- Rahman, M. S. A., & Achmad, Z. A. (2024). “Yeah, I Know You Always Stay”: Menjelajahi Dunia Virtual ARMY pada Fanbase @bitiesfess Selama Hiatus

- Grup. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(02), 145–159. <https://doi.org/10.12962/J24433527.V17I2.20603>
- Rahmawati, A., & Febriyanti, S. N. (2012). Cultural Studies : Analisis Kuasa Atas Kebudayaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Rakasiwi, A., Prasetyo, M. A., & Wiradharma, G. (2024). Perilaku Penggemar terhadap Kelulusan Member Idolgroup dari Jepang JKT48: Studi Netnografi pada Akun Instagram @48time. *IDEA : Jurnal Studi Jepang*, 6(1), 61–74. <https://doi.org/10.33751/idea.v6i1.10096>
- Ramadhan, A. I. (2025). *Penerimaan Fans pada Konten Skandal Member JKT48 oleh Akun Media Sosial X “Polisi Idol” (Analisis Resepsi pada Pengurus Aktif Komunitas Fanpage 48 Family Ngalam)* [Universitas Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/18367/>
- Ramadhan, M. D. R., & Yuliana, N. (2023). Analisis Pola Perilaku Penggemar JKT48 pada Aplikasi X dalam Berkomunikasi dengan Sesama Penggemar. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 31–40. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i5.1065>
- Riduan, B., Fauziah, N., Amelia, K., & Sumarno. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi Pendidikan. *Borneo Journal of Islamic Education*, 3(1), 53–64.
- Rumbi, W., Purwasetiawatik, T. F., & Thalib, T. (2024). Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif: Studi Pada Penggemar JKT48. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 59–63. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3442>
- Ryan, A. P. (2015). *JKT48 as a new pop-culture phenomenon in Indonesia: The Emergence and Influence of Idol Culture in Jakarta Area* [Keio University]. <https://core.ac.uk/download/pdf/145783539.pdf>
- Sa'diyah, S. (2019). Budaya Penggemar di Era Digital. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 3(1), 84–93. <https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.34>
- Sa'idah, F. L., Santi, D. E., & Suryanto, S. (2021). Faktor Produksi Ujaran Kebencian melalui Media Sosial. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i1.5144>
- Sahara, N., Marliani, R., & Kurniadewi, E. (2022). Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean Pop di Media Sosial. *PSYCHE: JURNAL PSIKOLOGI*, 4(1), 31–46.
- Salsabila, Z. Z., & Banowo, E. (2024). Fenomena Fanwar dalam Fanatisme Penggemar Kpop pada Media Sosial Twitter. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 18–36. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/52469/26354>
- Setiawan, Y., & Saraswati, T. (2017). Perilaku Konsumtif dan Pemujaan terhadap Idol Group JKT 48 : Studi kasus 6 Anggota Fanpage Wani Surabaya. *JAPANOLOGY*, 5(2), 266–279.
- Silaban, A. P., Larasati, C. D., Mamahit, K. F., & Samosir, Y. A. (2024). Analisis Fanwar Fenomena Perang antar Penggemar K-Pop di Platform Twitter. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36–45. <https://doi.org/10.56799/jim.v3i5.3319>
- Suryanto, E., Mukhibun, A., Rahmawati, A., Putri, F. H. D. K., Junear, K. A. G., & Rohmah, R. D. (2025). Character education in the digital era: An analytical

- review of hate speech on social media platforms. *Humanities Horizon*, 2(3), 128–142. <https://doi.org/10.63373/3047-8014/36>
- Syafani, N. A., & Nisa, P. K. (2022). Interaksi Simbolik Komunitas Bintang Ungu dalam Kegiatan Amal. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 151–169. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v2i2.28990>
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 457. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.141>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.11648/j.sr.20221005.12>
- Syarifah, S. A., Harahap, M. I., & Daulay, A. N. (2024). FoMO living behavior in Islamic perspective: Case study of JKT48 fans. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 6(2), 113–126. <https://doi.org/10.36407/serambi.v6i2.1384>
- Tarunika, A. I. (2024). Analisis konten tren gelang persahabatan Taylor Swift di “The Eras Tour” melalui perspektif interaksionisme simbolik dalam komunikasi komunitas. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 194–200. <https://doi.org/10.21831/lektur.v7i3.23068>
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter. *Jurnal Komunikatif*, 10(1), 16–37. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188>
- Utami, R. N. (2019). The Relationship Between Celebrity Worship and Body Image Adolescent Who Idolize K-Pop. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 3(2), 137–150. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v3i2.20963>
- Wahyuastri, E., & Imron, A. (2014). Pola Interaksi Simbolik Pecinta K-Pop dalam Komunitas Korean Lovers di Surabaya (KLOSS). *Paradigma*, 2(1), 1–6.
- Waldron, J. (2012). *The Harm in Hate Speech*. HARVARD UNIVERSITY PRESS.
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35671/aguna.v1i1.1034>
- Widyatnyana, K. N., Rasna, I. W., & Putrayasa, I. B. (2023). Analisis Jenis dan Makna Pragmatik Ujaran Kebencian di dalam Media Sosial Twitter. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 12(1), 68–78. [https://doi.org/10.23887/jurnal\\_bahasa.v12i1.2216](https://doi.org/10.23887/jurnal_bahasa.v12i1.2216)
- Yulianti, W. (2022). Fenomena Fanwar di kalangan Penggemar K-POP Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal PUBLIQUE*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.15642/publique.2022.3.1.1-21>
- Zakiyah, S. Z., & Rochim, M. (2024). Studi Etnografi Virtual mengenai Fanatisme Fandom NCTzen di Sosial Media Twitter. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 4(1), 284–291. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v4i1.11992>
- Zulkarnain, Z. (2020). Ujaran Kebencian (Hate Speech) di Masyarakat dalam Kajian Teologi. *Studia Sosia Religia*, 3(1), 70–82. <https://doi.org/10.51900/ssr.v3i1.7672>