

DAFTAR PUSTAKA

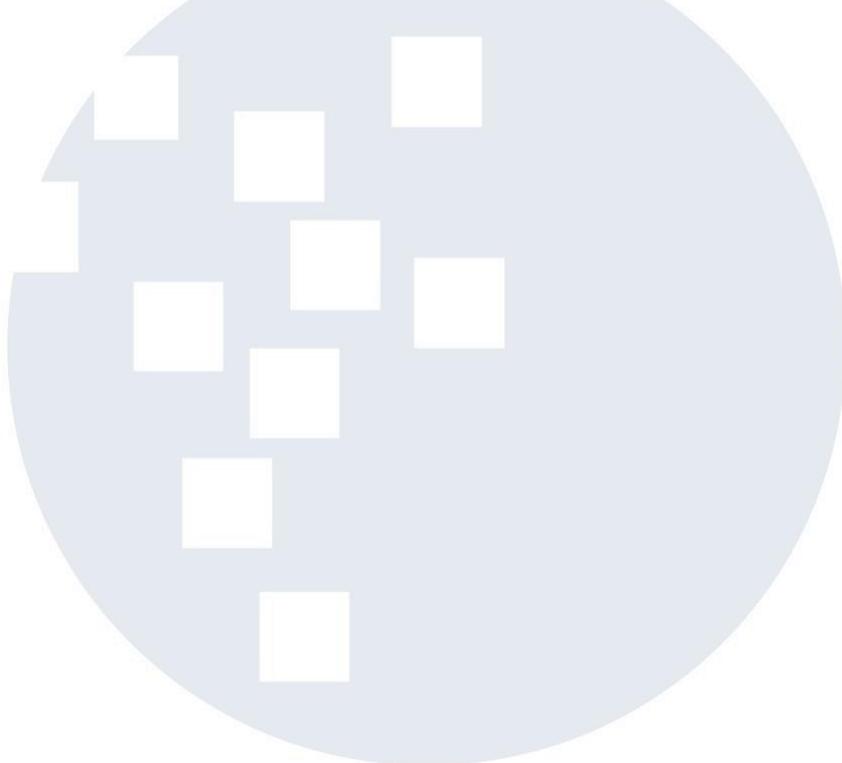
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data. *The Journal of Society & Media*, 2-17.
- Achsa, H. P., & Affandi, M. A. (2015). REPRESENTASI DIRI DAN IDENTITAS VIRTUAL PELAKU ROLEPLAY DALAM DUNIA MAYA . *Representasi Diri dan Identitas Virtual Pelaku Roleplay*, 1-12.
- Anasta, P. C. (2022, Juni 21). *Kompas.com*. Retrieved from Buku: <https://buku.kompas.com/read/1535/apa-itu-waifu-dan-husbu-mari-berkenalan-dengan-istilah-ini-dalam-dunia-anime-dan-manga>
- Armando, M. A., & Soeskandi, H. (2023). PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA BAGI PARA PELAKU DOXING MENURUT UU ITE DAN UU PDP. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, -.
- Asnawi, N., & Setyaningsih, N. D. (2021). ISLAMIC BANKING SERVICE INNOVATION IN CUSTOMER CO-CREATION: ITS IMPACT ON CUSTOMER TRUST, SATISFACTION, AND. *JOURNAL OF SOUTHWEST JIAOTONG UNIVERSITY*, 45-53.
- Attamimi, D. (2022). How Tribes of Fans will be the Next Power in Society? *Into the Fandom*.
- Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising Women : Television Fandom and the Creation of Popular Myth Series in Contemporary Ethnography*. United States: University of Pennsylvania Press.
- Bangun, C. R. (2019). Budaya Partisipatif: Kajian pada Fandom Bangtan Boys. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 220-222.
- Bennett, L. (2014). Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. *Fandom Studies*, 1-16.
- Bickerdike, J. O. (2014). *Fandom, Image and Authenticity: Joy Devotion and the Second Lives of Kurt Cobain and Ian Curtis*. United Kingdom (UK): Palgrave Macmillan.
- Binus University. (2020, October 30). *Kepopuleran Virtual Youtuber*. Retrieved from Binus University: Faculty of Humanities Japanese Departement: <https://japanese.binus.ac.id/2020/10/30/kepopuleran-virtual-youtuber/>

- Click, M. (2019). Anti-Fandom: Dislike and Hate in The Digital Age / edited by Melissa A. Click. In M. Click, *Anti-Dandom: Dislike and Hate in The Digital Age / edited by Melissa A. Click.* (pp. -). New York: New York University Press.
- Cover Corporation. (2016, - -). *About Hololive*. Retrieved from hololive: <https://hololive.hololivepro.com/en/about/>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design : Qualitative, Quantitative, Mixed Methods Approaches. In J. W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative, Mixed Methods Approaches* (p. 152). United States of America: Sage Publications.
- Duffet, M. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Inggris: Bloomsbury Publishing.
- E. S., & R. O. (2019). SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) SORONG: ANALISIS DATA DAN PENGECEKAN KEABSAHAN DATA . *TUGAS RESUME UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)* , 17.
- Evelina, L. W. (2020, 11 9). *Articles : Metode Etnografi Virtual Trend Dalam Penelitian Media Sosial*. Retrieved from communication.binus.ac.id: <https://communication.binus.ac.id/2020/11/09/metode-etnografi-virtual-trend-dalam-penelitian-media-sosial/>
- Fairus. (2020). NALISIS PENGENDALIAN INTERNAL ATAS SISTEM DAN PROSEDUR PENGGAJIAN DALAM USAHA MENDUKUNG EFISIENSI BIAYA TENAGA KERJA PADA PT PANCARAN SAMUDERA TRANSPORT, JAKARTA. *Sistem Informasi Akutansi*, 31.
- Febrianti, Y., & Fitria, K. (2020). Pemaknaan dan Sikap Perilaku Body Shaming di Media Sosial (Sebuah Studi Etnografi Digital di Instagram). *Jurnal Media dan Komunikasi*, 1-15.
- Fitri, R. A. (2020). *Articles: Mengapa Mengidolakan?* Retrieved from <https://psychology.binus.ac.id/>: <https://psychology.binus.ac.id/2015/05/07/mengapa-mengidolakan/>
- Fitriani, K., & Yoga. (2018, May 30). *Teknologi Digital Mengubah Interaksi Manusia?* Retrieved from Radio Edukasi: <https://radioedukasi.kemdikbud.go.id/read/1729/teknologi-digital-mengubah-interaksi-manusia.html>
- Frankenfield, J. (2021, Maret 26). *Investing, Fintech: Investopedia*. Retrieved from Investopedia : <https://www.investopedia.com/terms/m/micropayment.asp>

- Geertz, C. (1973). The Interpretation of Cultures. In C. Geertz, *The Interpretation of Cultures* (pp. -). United States of America: Basic Books, Inc., Publisher.
- Gray, J. A., S. C., & Harrington, C. L. (2017). *Fandom: Identities and Communities In a Mediated World*. New York: New York University Press.
- Hadassah, E. (2020). Strategi Online Personal Branding dalam Dramaturgi Erving Goffman (Studi Etnografi Digital pada Youtuber Dyland PROS). *Bachelor Thesis*, 39.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Highfield, T., Harrington, S., & Burns, A. (2012). Twitter as Technology for Audiences and Fandom. *Information, Communication, & Society*, 1-26.
- Hine, C. (2000). *Virtual Etnography*. British Library: SAGE Publications.
- Jeanette, & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Jurnal Komunikasi*, 1-8.
- Jenkins, H. (2013). Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. In H. Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture* (pp. -). New: Routledge, Chapman and Hall, Inc.
- Kasemin, K. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Surabaya: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Luik, J. E. (2020). Media Baru dan Komunikasi. In J. E. Luik, *Media Baru Sebuah Pengantar* (pp. 7-12). Surabaya: Kencana, Prenada Media Group.
- Madekuji. (2020, --). *daredemo daisuki*. Retrieved from Vtuber Dictionary: <https://vtd.mdkj.dev/>
- McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. In D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)* (pp. -). -: SAGE Publications Ltd.
- Nuranisa, C. (2015). Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru (Studi Pada Remaja Penggemar Boyband K-Pop 2PM). *Jurnal Komunikasi*, 184.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Inggris : SAGE Publications.

- Pradistya, R. M., & Davita, A. W. (2021, 2 10). *Belajar Data Science di Rumah*. Retrieved from dqlab: <https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif#:~:text=Triangulasi%20sumber%20data%20adalah%20menggali,memiliki%20sudut%20pandang%20yang%20berbeda>.
- Rahma, I. (2021, April 22). *Lifestyle*. Retrieved from Fimela.com: <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4539340/wibu-adalah-perwujudan-obsesi-pada-budaya-jepang-kenali-ciri-cirinya>
- Rahmawati, E. Y. (2019). Aktivitas Fandom Dalam Mengaktualisasikan Fenomena Slash Pairing Pada Akun Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Fandom Boyband EXO di Media Sosial Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 1-13.
- Ratna, M. C. (2021). Digital Fandom dan Media Baru: Studi Etnografi Virtual pada Kelompok Penggemar Korean Populer (K-Popers) di Media Sosial Twitter. *Digital Fandom dan Media Baru*, 2-5.
- Rohman, F. (2022, 7 22). *Lifestyle katadata.co.id*. Retrieved from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/intan/berita/62d982116d45a/sejarah-dan-pengertian-anime-kartun-buatan-jepang-yang-populer>
- Sadiq, Z. A. (2022). ANALISIS MEDIA SIBER PADA SIARAN LANSUNG VIRTUAL YOUTUBER AYUNDA RISU. *Undergraduate thesis*, 1-2.
- Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar BTS di Twitter). *Jurnal Komunikasi*, 1-10.
- Sari, R. P. (2012). Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior ELF Jogja. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1-12.
- Siti, R. (2019). BUDAYA PARTISIPASI (PARTICIPATORY CULTURE) (Studi tentang Budaya Partisipasi dalam Komunitas Virtual Penggemar Anime). *Budaya Partisipatif*, 4-20.
- Sitoresmi, A. R. (2022, January 5). *Hot*. Retrieved from hot.liputan6.com: <https://hot.liputan6.com/read/4852086/fandom-adalah-komunitas-fans-berat-pahami-makna-dan-perannya-di-dunia-hiburan>
- Syarafy, Z. (2023). Studi Etnografi Virtual Tentang Budaya Partisipatif Penggemar Coach Justin di Media Sosial. *Bachelor Thesis*, 17-19.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 247-248.
- Watie, E. S. (2016). Periklanan Dalam Media Baru. *Jurnal The Messenger*, 39.

Yulistiana, F. (2014). Studi Etnografi Virtual pada Cyberfandom Boyband EXO di Media Sosial di Twitter . *Budaya Fangirling Boyband Korea di Dunia Virtual*, 33.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA