

DAFTAR PUSTAKA

- Adipradana, I., & Shihab, M. S. (2013). Pengaruh dimensi karakteristik komunitas virtual terhadap community commitment dan loyalitas pengguna kamera DSLR. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 11(21), 13-30.
- Amira, A., & Nurhayati, N. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 117-128.
- Amirin, T. M. (2009). Subjek Penelitian, Responden Penelitian, dan Informan(Narasumber) Penelitian. *Diaksesdari [http://tatangmangun.wordpress.com/2009/04/21/subje k-respondendan-informan-penelitian](http://tatangmangun.wordpress.com/2009/04/21/subje-k-respondendan-informan-penelitian)*.
- Ardia, V. (2014). Pengaruh budaya populer Jepang terhadap gaya hidup mahasiswa Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 12-20.
- Arikunto, S. (2010). Metode peneltian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173(2).
- Azizah, A. N. (2022). Terpaan budaya populer pada ketahanan budaya lokal. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan metode etnografi dan netnografi dalam penelitian hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15.
- Blanchard, A. L. (2007). Developing a sense of virtual community measure. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 827-830.
- Bungin, B., & Moleong, L. J. A. (2007). Jenis dan Pendekatan Penelitian. *Proses Kerja Kbl Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility Di PT. Pelindo*, 1.
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative research designs: Selection and implementation. *The counseling psychologist*, 35(2), 236-264.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. sage.
- Dewi, R. N., Abidin, Z., & Kaddi, S. M. (2025). AKTIVITAS MENDUKUNG VIRTUAL FAN ACCOUNT FANDOM NCT DALAM BERMEDIA SOSIAL X. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(2), 126-137.
- Dewi¹, A. K., Febriana, P., Sinduwiatmo, K., & Togayev, S. S. (2024). Visual Culture in Boyband K-Pop: Netnographic Insights into Global Fan Communities. In *Proceedings of the 2nd International Conference on*

Advanced Research in Social and Economic Science (ICARSE) (Vol. 842, p. 276). Springer Nature.

Diyanto, D., Yatno, T., & Widodo, U. (2024). Peran dan Dampak Media Sosial Instagram bagi Komunitas Ruang Edit. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5(6).

Edlom, J., 2022. The Engagement Imperative: Experiences of Communication Practitioners' Brand Work in the Music Industry. *Media Commun* 10. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4448>

Eriyanto. (2021). Metode netnografi pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial. Jakarta: Prenada Media.

Fadjarajani, S., Rosali, E. S., Patimah, S., Liriwati, F. Y., Nasrullah, N., Srikaningsih, A., ... & Nugraha, M. S. (2020). Metodologi penelitian: Pendekatan multidisipliner.

Febriany, S.F., Santi, D.E., Ananta, A., 2022. Agresi verbal di media sosial pada remaja penggemar K-Pop: Bagaimana peranan fanatisme? *Jurnal of psychological research* 1.

Gultom, R. (2018). Kajian Netnografi Terhadap Komunitas Cyber dBC Network. *Jurnal Teknologi Informasi dan komunikasi*, 7(2), 54-63.

Hartono, D. (2021). Budaya populer dan pengaruhnya terhadap perilaku generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 78-92.

Hermawan, K. (2008). Komunitas: Konsep, Teori, dan Praktik. Jakarta: Gramedia.

Hidayat, R., & Putri, R. A. (2019). Korean wave dan dampaknya pada gaya hidup remaja Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 7(1), 45-57.

Hidayatullah, S. (2020). Media Sosial: Teori, Konsep, dan Praktik. Yogyakarta: Deepublish.

Hummel, J., & Lechner, U. (2002, January). Social profiles of virtual communities. In *Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 2245-2254). IEEE.

Ikhsan, A. (2021). PERAN MEDIA SOSIAL BAGI KOMUNITAS TRANSPORTASI ONLINE. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 4(3), 121-130.

Irodah, A. B. (2015). Sense of community pada komunitas ex-bank duta Surabaya. Universitas Airlangga.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Kozinets, R. (2015). Management netnography: axiological and methodological developments in online cultural business research. *The Sage handbook of qualitative business and management research methods*. London: Sage.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: The marketer's secret weapon. *White paper*, 1-13.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kriyantono, R. (2006). *Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan, F., & Hasibuan, M. (2021). Media sosial dan partisipasi politik generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 45-58.
- Kuswarno, E. (2021). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar Kpop. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(1), 65.
- Mayendra, D. (2011). Karakteristik Budaya Populer. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 15(3), 233-245.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media?* iCrossing.
- Maysaroh, Y., Gunawan, C., Nadya, A., 2022. ANALISIS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM KOMUNITAS VIRTUAL DI SOSIAL PADA KOMUNITAS RevoU. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3062>
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- Monika, Z. (2020). *Aktivitas Remaja Komunitas Dance Cover K-Pop (Studi Kasus: 2 Komunitas Dance Cover K-Pop di Kota Padang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ANDALAS).

- NapoleonCat. (2025, Januari). *Instagram users in Indonesia – January 2025*. NapoleonCat. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01/>
- Nisrina, D., Widodo, I.A., Larassari, I.B., Rahmaji, F., 2020. DAMPAK KONSUMERISME BUDAYA KOREA (KPOP) DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *Jurnal Penelitian Humaniora* 21. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8085>
- Nugraha, A. P., & Santosa, H. P. (2018). Fenomena meme di media sosial: Studi etnografi virtual posting meme pada pengguna media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 31-42.
- Nurhaliza, W.O., Fauziah, N., 2020. Komunikasi Kelompok dalam Virtual Community. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 10. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i01.1220>
- Octavia, W.S., 2021. Budaya Partisipasi Penulisan Berita pada Media Online: Etnografi Virtual pada Komunitas Virtual Kompasiana. Uin Syarif Hidayatullah.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Palacios, J. L. (2014). John W. CRESWELL. A CONCISE INTRODUCTION TO MIXED METHODS RESEARCH. Thousand Oaks (CA): Sage. 2014. 152 pp. *Barataria: revista castellano-manchega de ciencias sociales*, (18), 247-249.
- Patilima, H. (2004). Persepsi Anak Mengenai Lingkungan Kota (Studi Kasus Kelurahan Kwitang Jakarta Pusat). *Indonesian Journal of Criminology*, 3(3), 4247.
- Pawito, P. (2008). Politics and Culture in Indonesian Cinema. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 1(1), 63141.
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh komunitas virtual terhadap minat beli online pada grup Facebook Bubuhan Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 147-161.
- Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2018). Bisikan dari balik layar: Netnografi strategi bisnis berorientasi pasar. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 220-234.
- Purwitasari, I., & Setiawan, A. J. (2021). Komunitas Plane Spotter–Kajian Netnografi Terhadap Komunitas Cyber di Media Sosial Instagram@

indonesianspotters untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas. *CONNECTED: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 46-58.

Putri, H. K., Benayekti, H., & Arkananta, D. (2025). A Netnographic Study Of The K-Pop Cover Dance Community On Instagram (Descriptive Study of Interaction and Construction of KPop Dance Cover Community on Instagram Account@ invasion_dc). *Digicommtive: Jurnal of Communication Creative Studies, and Digital Culture*, 3(1), 1-14.

Putri, S.M.L., Malau, R.M.U., 2020. PRESENTASI DIRI KOMUNITAS K-POP COVER DANCE DI MEDIA YOUTUBE (STUDI DRAMATURGI PADA KOMUNITAS COVER DANCE YANG MENGGUNAKAN YOUTUBE DI KOTA BANDUNG). *eProceedings of Management* 7.

Ratheeswari, K. (2018). Information communication technology in education. *Journal of Applied and Advanced research*, 3(1), 45-47.

Ridings, C., Gefen, D., & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), 271-295.

Rienadhy, A.C.D., 2023. Impression Management Komunitas Role player K-POP dalam Media Sosial Twitter. *Tuturlogi* 3. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2022.003.02.3>

Santiana, El., Juwita, R., Dwivayani, K.Dr., 2022. Dampak penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif dance cover K-Pop crush. *eJournal Ilmu Komunikasi* 2023.

Saphira, W., Nasrullah, R., Ridho, K., 2021. Budaya Partisipasi Penulisan Berita Pada Media Komunitas Virtual Kompasiana. *Jurnal Studi Jurnalistik* 3. <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i1.20050>

Setiawan, R., & Suryani, I. (2020). Budaya populer Korea dan perubahan gaya hidup mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 39-52.

Sherif, M. (2009). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sibtiyah, M., & Latief, R. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Komunikasi dan Masyarakat*, 5(1), 67-79.

Steeve, A. J., Tangkudung, J. P., & Lotulung, L. J. (2021). Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4).

Storey, J. (2008). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. London: Pearson.

- Storey, J. (2015). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (7th ed.). London: Routledge.
- Suci, R. D., & Heniwaty, Y. (2024). Keberadaan Budaya Dance Korea Pada Anak Remaja Komunitas Cloudy Dancer Di Kecamatan Rantau Utara Kota Rantauprapat. *Jurnal Ruang Budaya*, 1(1), 69-77.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, B. (2016). DeVault Introduction to qualitative research methods Taylor SJ, Bogdan R and DeVault ML Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource.
- Valenciana, C., Pudjibudojo, J.K.K., 2022. Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita* 8. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2018). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13-24.
- Wibowo, A., & Sari, D. P. (2020). Media sosial dan pengaruhnya terhadap pola konsumsi generasi milenial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 120-135.
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual. *Komunikatif*, 10(2), 141-155.
- Wijawa, F. M. (2017). Studi fenomenologi akuntabilitas SBSquad Entertainment sebagai industri kreatif. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 4(2).
- Yani, J. A. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment*. New York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. *Diktat Kuliah Psikometri*. Fakultas Psikologi Universitas.
- Zahra, F., Mustaqimmah, N., & Hendra, M. D. (2020). Kekuatan Media Digital Pada Pembentukan Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Moarmy Pekanbaru). *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 109-122.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (3rd ed.). Sage Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.

Miyazoe, K. (2022). The concept of community-based marketing. *Annals of Business Administrative Science*, 21(3), 61-73.

Gunelius, S. (2011). *30-minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill.

Sarkar, C., Kotler, P., & Foglia, E. (2023). The community value pyramid. *Marketing Journal*.

Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Praeger Publishers.

