

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoestin, M. A. (2019). Motif Followers Dalam Mengakses @Collongemenfess Di Media Sosial Twitter. Surabaya: Universitas Widya Mandala Catholic University.
- Andani, A. A. (2020, Desember 10). Ternyata Ini Alasan Luhan, Kris, Tao Keluar dari EXO. Retrieved 30 September 2021, from <https://kabarjoglosemar.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-731089127/ternyata-ini-alasan-luhan-kris-dan-tao-keluar-dari-exo>
- Barnes, 2018, Secrets Of Customer Relationship Management, Andi. Yogyakarta
- Berry, 2019, A Marketing services. New York: The Free Press.
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi.
- Comerford, C. (2018). Participatory toolboxes: Franchise fanwikis as tools of textual production. Participations, 15(2), 285-296.
- Dan Zarella. 2010. The Social Media Marketing Book. Oreilly Media. USA
- Dea. 2019, November 23. Tak Puas, EXO Janji Segera Kembali ke Indonesia. Retrieved 20 Oktober 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20191123201441-227-450933/tak-puas-exo-janji-segera-kembali-ke-indonesia>
- Deodato, Joseph. 2014. The Patron as Producer: Libraries, Web 2.0, and Participatory Culture", Journal of Documentation, Vol. 70 Issue: 5, p. 734-758.
- Dhia Amira (2020, April 13) Retrieved 2 November 2021, from <https://m.kapanlagi.com/korea/exo-sudah-8-tahun-berkarir-tapi-masih-di-puncak-popularitas-hingga-bikin-netizen-heran-inikah-rahasianya-4f4417.htm>
- Effendi, R. S. F. 2018. KearifanLokal pada Budaya Cyber-Fandom, IDEA (Jurnal Humaniora), Volume 1 No.1, 63-70

- Fakhriyani, D. V. (2019). Kesehatan Mental. Lekoh Barat: Duta Media Publishing
- Goziyah, Igasa Aditya Wardhani, and Diah Ayu Titania. 2020. "Teks, Koteks, Konteks Pada Surat Kabar Banten Ekspres Februari 2020." *Widyabastra* 08(1):1–6.
- Goziyah, Igasa Aditya Wardhani, and Diah Ayu Titania. 2020. "Teks, Koteks, Konteks Pada Surat Kabar Banten Ekspres Februari 2020." *Widyabastra* 08(1):1–6.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*. New York and London : New York University Press
- Jenkins, Henry. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture Media Education for the 21st Century*. London :The MIT Press Cambridge
- Jenkins, H. (2006). Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture. *nyu Press*. H(60).
- Jenkins, H. (2014). Participatory culture: From co-creating brand meaning to changing the world. *NIM Marketing Intelligence Review*, 6(2), 34
- Maharani, A. (2020). Komunikasi Partisipatif Fandom ARMY Bandung Dalam Kampanye BTS Love MySelf. *ProListik*, 5(1).
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif*. (diterjemahkan Ole: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J.. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Inayatul. (2015). Dampak Budaya Pop Korea Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial: Studi Kasus Penggemar Korean Pop EXO Pada Komunitas Maupun Non Komunitas Di Yogyakarta). Skripsi, Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mulyadi, Mohammad. 2013. "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 15(1):128. doi: 10.31445/jskm.2011.150106.

- Mulyadi. (2011), Auditing edisi 6, Jakarta : Salemba Empat.
- Murwani, E., Wibowo, I. S., & Siagian, J. C. (2016). Aktivitas Budaya Partisipatif Remaja dalam Menggunakan Media Baru. In International Conference of Communication, Industry, and Community, (208-220). Universitas Multimedia Nusantara
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Parveen, Huma, and Nayeem Showkat. 2017. "Quadrant-I ( e-Text )." (August).
- Puntoadi, Danis, 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta
- Rahmawati, Ida Yeni. 2016. "Analisis Teks Dan Konteks Pada Kolom Opini 'Latihan Bersama Al Komodo 2014' Kompas." Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran 4(1):49–57.
- Samyayogi, D. (2021, Agustus 16). 30 Urutan Peringkat Boyband K-Pop Terpopuler Edisi Bulan Agustus 2021. Retrieved 26 Oktober 2021, from <https://matamatamusik.com/30-peringkat-keseluruhan-grup-k-pop-terpopuler-edisi-bulan-mei-2021/>
- Saraswati, L. A. (2020). BTS ARMY's# BTSLOVEYOURSELF: A Worldwide KPop Fandom Participatory Culture on Twitter. KnE Social Sciences, 423-432.
- Sari, R. P. 2012. Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja, Jurnal komunikasi, ISSN 1907-8987 Vol. 6, No 2, 79-89
- Sari, A. M. K. (2017, Maret 23) Retrieved 2 November 2021, from <https://jatim.tribunnews.com/2017/03/23/luar-biasa-exo-l-akan-tembus-4-juta-fans-di-seluruh-dunia-lho1>

- Shim, D. 2006. Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media , Culture and Society: SAGE Journals*, 28(1), 25-44.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa, Ghina Shabrina, and Anna Fatchiya. 2017. “Efektivitas Instagram ‘Earth Hour Bogor’ Sebagai Media Kampanye Lingkungan.” *Efektivitas Instagram “E Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan* 16(1):144–57. doi: 10.29244/jurnalkmp.16.1.144-157.
- Yustantiana & Purnomo. 2017. “Karakteristik Isi Pemberitaan Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir Di Media Massa Pada Tahun 2017”. ISSN: 2621-3125.
- Zarella, D. 2010. *The Social Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI