

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. (2019). Viral in Social Media: the Viralor and the Viralee. .
International Journal of Psychosocial Rehabilitation.
- Achmad. (2020). A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in
Campursari Music Proliferation in East Java. *Journal Academia.*
- Achmad, M. (2020). A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in
Campursari Music Proliferation in East Java. *Journal Etnografi Indonesia,*
Vol 6 .
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak
usia dini (Studi Kasus di Desa Karangbong rt.06 rw.02 Gedang-Sidoarjo).
Jurnal Pendidikan Anak.
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Populer*
Komunikasi Massa.
- Annisa, S. (2019). Studi Netnografi Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United
Nations Environment Di Instagram. *Jurnal ASPIKOM*, 1109-1123.
- Boellstroff. (2012). Words with Friends: Writing Collaboratively . *Online Journal*
Interaction.
- Chaniago, R. (2020). Media sosial, alat komunikasi alternatif suara wanita: Satu
kajian mengenai peranan wanita berhijab dalam sub-budaya muzik metal di
Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication.*
- Creswell, J. (1998). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among
Five Traditions. *Thousand Oaks.*
- Dewatara, G. W. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri
Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia. *WACANA*, 1-10.
- Evelina, L. W. (2018). Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs
Wisata Trip Advisor. *Warta ISKI.*

- Fitriani. (2018). Cyberbullying Attacks on Social Media: Do They Change Self Concept? *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 196-205.
- Gentles, S. J. (2015). *Sampling in Qualitative Research: Insight From an Overview of the Methods Literature*. Nova Southeastern University.
- George, S. (2017). Viral marketing in the music industry: How independent musicians utilise online peer-to-peer communications. *Journal Chestrep*.
- Hassan, T. (2020). Lasswellian Model and Process of Mass Communication in Nigeria. *Journal Researchgate, Vol 1*, 1-12.
- Himmelboim. (2019). A Social Networks Approach to Viral Advertising: The Role of Primary, Contextual, and Low Influencers. *Social Media and Society*.
- Himmelboim, G. d. (2019). A Social Networks Approach to Viral Advertising: The Role of Primary, Contextual, and Low Influencers. *Journal Sagepub*.
- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat. *Jurnal Scriptura, Vol. 5*, 1.
- Kusarno, E. (2008). Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya. *Bandung: Widya Padjajaran*.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta.
- Naser, M. (2019). *Peran YouTube Sebagai wadah Konten Kreator Musik di Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*. Makassar: Repository Universitas Negeri Makassar.
- Nasrullah, R. (2017). Etnografi Virtual. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Permana, R. (2019). Komodifikasi Pesan dan Viralitas Informasi Dengan Metode "likes, share comment and subscribe" Pada Youtube. *Journal Semantic Scholar*, 1-6.
- Permana, R. (2019). Komodifikasi Pesan dan Viralitas Informasi dengan Metode "Like Share, Comment and Subscribe" pada Youtube. *Jurnal Media Bahasa, Sastra dan Budaya Wahana, Vol 25*.

- Qadaruddin. (2013). Teori Komunikasi Media Massa. *Repository IAIN*.
- Rajkhowa, P. (2019). Why Cringe pops are popular in social media? A closer look on an Indian Cringe Artist and virality of his cringe creativity. *South Asian Journal of Communications Studies, Vol. 2*.
- Rajkhowa, P. (2020). Why Cringe pops are popular in social media? A closer look on an Indian Cringe Artist and virality of his cringe creativity. *Research Gate*.
- Sam, G. (2017). Viral marketing in the music industry: How independent musicians utilise online peer-to-peer communications. *Thesis University of Chester, United Kingdom*.
- SICMA, U. M. (2021). *Mengapa Terkadang Lagu Versi Cover Lebih Terkenal Dari Lagu Aslinya?* Yogyakarta: Sicma.
- Spradley, J. (1979). The ethnographic interview. New York: Holt, Rinehart and Winston. Chicago.
- Stepanus, B. (2020). *Memperkenalkan Metode Penelitian Netnografi Untuk Dosen dan Mahasiswa Komunikasi*. Workshop .
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukrillah, R. K. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group FEI sebagai Sarana Komunikasi. . *Jurnal Kkomunikatio, Vol.3*.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak. . *Jurnal Simbolika, Vol 4, 24-31*.
- Taylor, S. (2016). Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Science. *New York: John Wiley and Son*.
- West, T. (2011). Going Viral: Factors That Lead Videos to Become Internet Phenomena. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol 2*.

Yuliarti, M. (2015). Komunikasi Musik: Pesan Nilai-Nilai Cinta dalam Lagu Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 12, 2.