

DAFTAR PUSTAKA

- A. Amalia Almaidah Sabir. (2025). OPTIMALISASI MEDIASOSIALDALAMMENINGKATKAN BRANDING UMKMEYOSEBAGAISTRATEGIDIGITAL MARKETING. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 1057,1060.
- Agnes Vania Eka Reynata. (2022). Penerapan YouTube sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa. *Urnal Komunikologi Esa Unggul*, 3(2), 80–90.
- Ahmad Febrian. (2025, September 20). Penggemar Drama Oriental Meningkat, Telkomsel Gandeng Streaming Asal China. *Kontan.Co.Id*, 1. <https://industri.kontan.co.id/news/penggemar-drama-oriental-meningkat-telkomsel-gandeng-streaming-asal-china>
- Alicia Diahwahyuningtyas. (2025, May 20). Mikrodrama China Banyak Ditonton di Indonesia, Gen Z Ungkap Daya Tariknya. *KOMPAS*, 1. <https://www.kompas.com/tren/read/2025/05/20/180000365/>
- Anastasia Yuni Widyaningrum. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 148.
- Andreas Hein, D. (2020). Digital platform ecosystems. *Electronic Markets*, 30, 87–98.
- Andris Sahata Sitanggang, D. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 4(2), 62.
- Antara. (2025a, September 25). Indonesia potensial jadi incaran syuting serial

mikro drama global. *Antara News*, 1.
<https://www.antaraneews.com/berita/4911781/indonesia-potensial-jadi-incaran-syuting-serial-mikro-drama-global>

Antara. (2025b, September 25). iQIYI Berkolaborasi dengan Telkomsel, Berekspansi di Pasar Indonesia, serta Buat Perkembangan dalam "iQIYI Starship Project". *Antara News*, 1.
<https://www.antaraneews.com/berita/4940937/iqiyi-berkolaborasi-dengan-telkomsel-berekspansi-di-pasar-indonesia-serta-buat-perkembangan-dalam-iqiyi-starship-project>

Antara. (2025c, September 25). Sedang jadi tren, miniseri daring China berupaya go internasional. *Antara*, 1.
<https://www.antaraneews.com/berita/4124934/sedang-jadi-tren-miniseri-daring-china-berupaya-go-internasional>

Arina Himatul Husna, D. (2023). Dukungan Sosial Virtual dalam Komunitas Online Rahasia Gadis. *Komunikiasiana: Journal of Communication Studies*, 5(2), 115–127.

Aror, T. C., Mandang, J. H., & Kapahang, G. L. (2025). Pengaruh Keterikatan Emosional Terhadap Kecenderungan Fanatisme Pada Penggemar K-Pop di Media Sosial X Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 482–497. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19032>

Asma Nadia Hasuna, Mirna Nur Alia Abdullah, M. R. R. M. (2025). DAYA TARIK SHORT DRAMA CHINA: FENOMENA KONSUMSI CEPAT DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI SOSIAL. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu*

Pengetahuan Sosial, 12(6), 2388–2393.

Bernhard Rieder, D. (2023). Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube. *Social Media + Society*, 1–20.

Bondan Kartiko Kurniawan. (2022). Jaringan dan komentar sebagai identifikasi potensi krisis pada video Youtube. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(5), 458–476.

Briyan Ilham Pratama. (2024). *STUDI NETNOGRAFI PADA CHANEL YOUTUBE SATU PERSEN KONTEN “PSYCHOLOGY OF FINANCE” SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGEMBANGAN DIRI*. UIN SUKA RIAU.

Chen, L., & Chang, K. (2024). A corpus-based approach to the reception of Chinese television dramas streamed overseas. *HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS*, 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02897-7>

Clorinda Sai Angelina, E. S. (2024). Keterlibatan pada Binge Watching dan Social Media Engagement pada Mahasiswa. *Jurnal Experientia*, 12(2), 236–247.

Dany Eka Saputra, A. R. I. (2024). IMPLEMENTASI ALGORITMA CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK UNTUK ANALISIS SENTIMEN BACAPRES 2024 PADA KOLOM KOMENTAR YOUTUBE MATA NAJWA. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 9(3), 1431–1441.

Dian Putri Ayuni, A. S. (2021). Tindak Tutur Ekspresif Pada Kolom Komentar Akun YouTube Ngaji Filsafat. *Jurnal Ilmiah Korpus*, 5(2), 264.

Didem Döğter Gündüz. (2025). Musical Hearing Education Youtube Videos: a

- Netnographic Study of Student Problems and Instructors Responses. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 15(1), 130.
- Dita Dwi Maura Titania, J. O. H. (2022). A study of Korean drama and Indonesian teenager's perception on images of South Korea as a potential tourist destination. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 21(1), 13–24.
- Dunan, A., Kuspihani, S., Mudjiyanto, B., & Djoko Waluyo. (2022). The Effect of Korean Drama Intensity and Exposure on Interest in Learning the Korean Language on the Millennials and Generation Z in Indonesia. *Journal of Positive Psychology & Wellbeing*, 6(2), 1510 – 1521.
- Erina, R. (2024, December 9). Tiongkok Demam Minidrama di Aplikasi, Pasarnya Tumbuh hingga Rp105 Triliun. *Rmol.ID*.
<https://rmol.id/hiburan/read/2024/12/09/647897/tiongkok-demam-minidrama-di-aplikasi-pasarnya-tumbuh-hingga-rp105-triliun?%0A>
- Fakhrul Rijal. (2025). *Industri Micro Drama China Melesat, Nilai Pasar Tembus Rp156 Triliun pada 2025*. Portal Balikpapan.Com.
<https://portalbalikpapan.com/industri-micro-drama-china-melesat-nilai-pasar-tembus-rp156-triliun-pada-2025/>
- Fan, X. (2024, December 27). Micro drama market outperforms the box office for first timeChina Daily,. *China Daily*, 1. Micro drama market outperforms the box office for first time
- Fata Zill Rabbani, R. W. (2024). KOMUNITAS DAN INTERAKSI PENONTON PADA SIARAN LANGSUNG DI KANAL YOUTUBE NAPLIVE. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(3), 406–415.

Fauziah hamid Wada, D. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN*. PT.

Sonpedia Publishing Indonesia.

Fergi Nadira. (2025). *Era Drakor Sudah Lewat, Warga ASEAN Sekarang Demam*

Dracin. CNBC Indonesia.

Galang Ikhwan Aji Sabda, A. F. (2025). Analisis Sentimen pada Komentar Video

YouTube KOMPASTV Terhadap Aksi Mahasiswa Menolak Pemangkasan

Anggaran Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 10(2), 197–213.

Gede Agus Siswadi. (2022). Hiperrealitas di Media Sosial dalam Perspektif

Simulakra Jean Baudrillard. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan*

Kebudayaan, 22(1), 12.

Gil Appel. (2019). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy*

of Marketing Science, 1–17.

Google Trends. (2025). *Short Drama China*. Google.

[https://trends.google.com/trends/explore?cat=3&date=2022-01-01 2025-09-](https://trends.google.com/trends/explore?cat=3&date=2022-01-01%2025-09-25&geo=ID&gprop=youtube&q=short%20drama%20China&hl=id)

[25&geo=ID&gprop=youtube&q=short drama China&hl=id](https://trends.google.com/trends/explore?cat=3&date=2022-01-01%2025-09-25&geo=ID&gprop=youtube&q=short%20drama%20China&hl=id)

Hadriani, D. (2024). *METODOLOGI PENELITIAN*. PT MEDIA PUSTAKA

INDO.

Hernina Dewi Lestari, D. (2023). Pengembangan Video YouTube sebagai Media

Pembelajaran Interaktif dalam Pengajaran Teks Prosedur. *Jurnal*

Pendidikan:Riset & Konseptual, 7(3), 481–491.

Hesti Amelia Mawardani, A. S. (2025). HIBRIDITAS BUDAYA DALAM

FANDOM K-POP: KONSTRUKSI IDENTITAS KOLEKTIF

PENGGEAR DI ERA DIGITAL INDONESIA. *Dialektika:Jurnal*

Bahasa, Sastra, Dan Budaya, 12(1), 66–80.

HypeAuditor.com. (2025). *Mantul Media (@mantulmedia) YouTube Channel Stats, Net Worth & Earnings*. HypeAuditor.Com.
<https://hypeauditor.com/youtube/UCst5jArpOsVjb4OnJ-DCjCA/>

Iman Prihandono, D. (2022). *BUKU PANDUAN BUKU PANDUAN PENULISAN SKRIPSI PENULISAN SKRIPSI 2022*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.

Intan Permata Putri. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia”, *ProTVF. (Jurnal Kajian Televisi Dan Film)*, 3(1), 45–56.

Jesse Pieter van der Harst a, S. A. (2024). Less is more: Engagement with the content of social media influencers. *Journal of Business Research*, 181, 1–12.

Jihan Ayu Sari. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Diri Dan Pendidikan*, 8(2), 1–10.

Jonas Kaiser, A. R. (2020). Birds of a Feather Get Recommended Together: Algorithmic Homophily in YouTube’s Channel Recommendations in the United States and Germany. *Social Media + Society*, 1–15.

Jovanka Diva Pramita, S. D., & Rizkidarajat, W. (2024). Hiperrealitas Endorse dalam Media Sosial: Upaya Influencer di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 208.

Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, dan S. B. (2018). Komunikasi Visual: Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 231–246.

Khafsoh, N. A., & Warman, A. (2024). HIPERREALITAS MUSLIMAH DAN OBYEKTIFIKASI TUBUH PEREMPUAN (SEBUAH PARADOKS DI

- MEDIA TIKTOK. *Noura: Jurnal Kajian Gender Dan Anak*, 8(1), 71–85.
- Kozinets, G. (2023). Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. *Annals of Tourism Research*, 104.
- Lexy J. Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Lidwina Mutia Sadasri. (2021). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147–162.
- Loso Judijanto, D. (2025). Evolusi Strategi Pemasaran Video Pendek dalam Industri Kreatif: Perspektif Bibliometrik. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 4(1), 52–53.
- Maheswari, Adinda Tri Puji, B. N. P., & Purwanto Danang. (2023). Hiperrealitas Pada Media Sosial Instagram dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 305.
- Mantul media. (2025). *Channel Resmi Mantul Media*. Mantul Media. <https://youtube.com/@mantulmedia?si=UEQ-C3S1HkTMk5uW>
- Mantul Media. (2025a). *Aku Ditipu Barang Palsu, Tapi Justru Membuka Jalan Hidup Baru*. Mantul Media. <https://youtu.be/P0PD6MgIoSU?si=-995kpPaBkd1f0XD>
- Mantul Media. (2025b). *Indo Sub.... Kira aku akan memohon balikan?* Mantul Media. <https://youtu.be/z0YFcUIgqyI?si=ftZdhdGUVIRVJLtl>
- Mariatul Qibtiah, Aulia Kamalia, Merry Dwi Andriani, N. S. P., & Nuruzzahra ,

- Rossa Febrianie , Novaria Maulina, Y. S. (2025). ESKAPISME DIGITAL DAN KETIDAKPUASAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP REALITAS DUNIA KERJA: STUDI SENTIMEN PADA TREN ‘KABUR AJA DULU.’ *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*, 6(1), 13–20.
- Mariko Rizkiansyah, D. (2025). Pengaruh Interaktivitas di Akun Komunitas YouTube Windah Basudara Pada Khalayak Remaja. *COMMENTATE : Journal of Communication Management*, 6(1), 16–35.
- Mashita Phitaloka Fandia Purwaningtyas, D. (2021). Ketidakpercayaan dan Eskapisme Kaum Muda Menghadapi Paparan Informasi Covid-19. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 115.
- Meliala, Y. H., & Islami, D. I. (2024). Pengaruh Parasosial Terhadap Loyalitas Fans Dalam Komunitas Nctzen Di DKI Jakarta. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 16–28.
- Miloslava Cerná, A. B. (2020). YouTube Dominance in Sustainability of Gaining Knowledge via Social Media in University Setting—Case Study. *MDPI*, 12(9126), 1–18.
- Muhammad Rizal Pahleviannur, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Muhammad Surip, Ruben Kornelius Sitio, Sarah Elexsa Siahaan, & Thiessca Theofani Lumbantoruan. (2024). Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Oleh Netizen Di Media Sosial Tiktok. *Pragmatik : Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa Dan Pendidikan*, 2(3), 118–123.
<https://doi.org/10.61132/pragmatik.v2i3.703>
- Naila Alfiatur Rohmah, Y. K. W. (2025). Penggunaan Video Ajar Youtube untuk

- Mengoptimalkan Interaksi Belajar Siswa Kelas VII MTsN 2 Kota Blitar. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 3(6), 24–32.
- Nugroho Wahyu Utomo. (2025, September 21). WeTV Semakin Mengukuhkan Posisinya di Pasar OTT Indonesia dan Asia Tenggara. *Suara Merdeka.Com*, 1. <https://www.suaramerdeka.com/hiburan/0410336089/wetv-semakin-mengukuhkan-posisinya-di-pasar-ott-indonesia-dan-asia-tenggara-bisa-diakses-secara-global?>
- Perdhani Yunia Putri, P. (2025). Representations of Korean Dramas in Indonesian Audience Discourse: A Topic Modeling Analysis of YouTube Comments. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 989–1010.
- Pradiansyaha, B. N., & Islam, A. F. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Binge Watching Gen Z dengan Emotionally Immature Parents. *Jurnal Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 8(2), 391–399.
- Qanitah Salma, D. (2025). Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron “Asmara Gen Z” Dengan Menggunakan Teori Uses And Gratification”, , Volume. 2, Nomor. 1, 2025, hal. 213-21. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 213–214.
- Rahasdita Reo Hansdoko, D. (2025). STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI TIKTOK DALAM MEMBANGUN BRAND TRUST GENERASI Z. *BUANA KOMUNIKASI Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 6(2), 201.
- Rifka Pratama. (2020). Komunikasi Lintas Kebudayaan dan Potensi Masalah Masalah yang Timbul. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 4(1),

131.

Rizki Pramana Putra, D. (2024). ALGORITMA YOUTUBE UZONE INDONESIA DALAM MENCIPTAKAN VISIBILITAS KONTEN DAN KEBEBASAN BEREKSPRESI. *Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 3(1), 568–583.

Robert V. Kozinets. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research O*. SAGE Publications Inc.

Rudy Handoko, E. S. (2020). The Role Social Of Media In Business Transformation Strategies , Vol. 149, Atlantis Press SARL, 2020, hal. 225. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 149, 225.

Rulli Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana.

Ryvani Fadlila Siregara, M. R. U. (2025). Analisis Isi Komentar Netizen Pada Kanal YouTube @Akbarfaizaluncensored Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 2(4), 1238–1244. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2875>

Safira, A., & Laili², I. (2024). Analisis Ujaran Kebencian Dalam Kolom Komentar Instagram. *Artikel Ilmiah Mahasiswa Prodi Sastra Indonesia*, 2(1), 68–76. https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFIB/article/view/26163?utm_source=perplexity

Salsabila, Z. Z. (2024). Fenomena Fanwar Dalam Fanatisme Penggemar Kpop Pada Media Sosial Twitter. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 18–36. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.18-36>

Sekar Ageng Cendekia. (2025). Resepsi Perempuan Indonesia terhadap Stereotip Cinta dan Romansa dalam Drama Korea. *KRESNA: Jurnal Riset Dan*

- Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 21–31.
<https://doi.org/10.36080/kresna.v5i1.205>
- Siti Fitri Zis. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Implikasinya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Cendekia*, 5(2), 55–64.
- Sonali Srivastav, S. R. (2022). Netnography in Social Networking Sites – An Exploration of Cybercultures in Consumer Groups. *International Journal of Media and Information Literacy*, 7(2), 574.
- Sri dewi Larasati. (2025, September 21). Artikel tren mikrodrama dan kerja sama iQIYI di Indonesia. *Kompas & Antara*, 1.
<https://www.antaranews.com/berita/4933069/telkomsel-gandeng-iqiyi-dukung-pengalaman-hiburan-konten-asia>
- Sulistia Maharani Harahap, R. K. (2024). Analisis Sentimen Komentar Youtube terhadap Food Vlogger dengan Menggunakan Metode Naïve Bayes. *MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem)*, 9(1), 87–96.
- Sulistioyuwono, A. B., Soegoto, E. S., & Wahdiniwaty, R. (2026). Development of the Value Co-Creation and Monetization Resilience Model in the Vertical Micro-Drama Ecosystem : a Theoretical Study on Paywall Innovation. *JOURNAL OF WORLD SCIENCE*, 5(1), 82–96.
- Syarifah Hudhriah, D. (2024). Peran Komunitas Virtual sebagai Media Dukungan Emosional, Sosial, dan Peningkatan Motivasi dalam Pembelajaran Jarak Jauh. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(9), 486–491.
- Tantry Widyanarti, D. (2024). Tantangan dan Inovasi dalam Komunikasi Antar Budaya di Era Globalisasi. *INTERACTION: Communication Studies*, 1(3), 4–

6.

Yudha. (2025, September 20). Empat Tahun WeTV Berhasil Meramaikan Pasar OTT Indonesia dan Asia Tenggara. *Ipol.Id*, 1. <https://ipol.id/2023/09/empat-tahun-wetv-berhasil-meramaikan-pasar-ott-indonesia-dan-asia-tenggara>”

Zhang, Q., Negus, K. (2020). East Asian Pop Music Idol Production and The Emergence of Data Fandom in China. *International Journal of Cultural Studies*, 23(4), 493–511.