

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A. (2021). Analisis Semiotika Video Musik Bts Dalam Album Map of the Soul. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 11(3), 169–177. <https://doi.org/10.23887/jjpsp.v11i3.40520>
- Alma, C., Luthfi, M., & Syaroh, M. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Strategi Dalam Menghindari Konflik*. Enam Media.
- Almunawaroh, M. (2024). *analisis resepsi publik terhadap isi pesan dalam musik video "permission to dance" karya BTS menggunakan pendekatan netnografi* (Vol. 19, Issue 5).
- Anjaswari, D. (2018). *Pemaknaan dan Kritik dalam Karya Sastra Modern*. Bandung: Alfabeta.
- Antoni, R.J. (2024). *Teori Pemaknaan: Konsep dan Implikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Aprinda, H. (2023). Wow Lightstick ARMY Bomb BTS Sekarang Punya Aplikasi Pengendali Warna Lampu Nih. <https://www.grid.id/read/04923979/wow-lightstick-army-bomb-bts-sekarang-punya-aplikasi-pengendali-warna-lampu-nih?page=all/>.
- Arifin, Y. (2024). *Lagu*. Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Lagu>
- Arisandi, M.D. (2023). *Ilmu Komunikasi dan Kegunaannya*. Bandung: Alfabeta.
- Bahrian, M. A. M. (2021). PEMAKNAN LIRIK LAGU EVALUASI (Studi Analisis Semiotika Pemaknaan Lirik Lagu Evaluasi yang Dipopulerkan Oleh Hindia). In *Skripsi*. [http://repository.unissula.ac.id/28293/%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/28293/1/Ilmu Komunikasi_32801800022_fullpdf.pdf](http://repository.unissula.ac.id/28293/%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/28293/1/IlmuKomunikasi_32801800022_fullpdf.pdf)
- Barrang, P., Zubair, A., & Musawwir. (2023). *Celebrity Worship pada Penggemar K-pop Berdasarkan Demografi The Celebrity Worship On K-pop Fans Based On Demography*. 3(1), 100–106. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2279>
- Buana, G. (2023). Lirik dan Arti Lagu Haegeum milik Suga BTS. *Media Indonesia*.
- Budi, P. (2023). Trend Budaya K-Pop di Kalangan Remaja Indonesia. *Jurnal Ilmu Pengabdian Masyarakat*. 7 (4): 59-65.
- Chandra, B. (2023). Pergeseran Budaya dan Nilai-Nilai di Kalangan Remaja Akibat Budaya K-Pop. *JADP*. 3 (17): 1170-1182.
- Detik. (2024). *Dicap Alay hingga Jadi Trend, Begini Perkembangan K-Pop dari Masa ke Masa*. <https://www.hot.detik.com/kpop/d4392910/dicap-alay-hingga-jaditren-begini-perkembangan-k-pop-dari-masa-ke-masa/>.

- Diana, C. (2022). *Apa Arti Army, Penggemar BTS? Ketahui Sejarah Fandom Terbesar K-Pop*. <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarah-fandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html/>.
- Dina, L. (2023). *Fakta-Fakta BTS*. <https://www.wattpad.com/806300655-fakta-fakta-bts-11-julukan-unik-dari-army/>.
- Dwiatmaja, A. (2024). *Kebebasan dan Tanggung Jawab*.
- Elin, W. (2020). *Memaknai ARMY dan BTS sebagai Dua Aspek yang Berbeda*. <https://kompas.com/memaknai-army&bts-sebagai-dua-aspek-yang-berbeda/>.
- Erfendy, U. (2019). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Dalam Video Klip Blackpink DDU DU DDU DU Pada Komunitas K-POPERs Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 6: Edisi Erfendy, U. (2019). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Dalam Video Klip Blackpink DDU DU DDU DU Pada Komunitas K-POPERs Pekanbaru. JOM FISIP Vol. 6: Edisi II Juli-Desember 2019, 6, 1–10. II Juli-Desember 2019, 6, 1–10.*
- Farahdila, Z., & Utami, L. S. S. (2023). Analisis Semiotika Makna Optimisme pada Lirik Lagu K-Pop NCT Dream “Hello Future.” *Koneksi*, 7(2), 315–324. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i2.21379>
- Farid, M., & Wicaksono, I. (2021). *Memahami Pesan dan Makna dalam Sebuah Karya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fathurokhmah, F. (2024). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif* (D. P. Ragil, K. Ahmad, & P. R. Nur (eds.)). PT Bumi Aksara.
- Fauziah, A. (2019). *Semiotika dan Pemaknaan Pesan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauzi, M. A. (2019). Resepsi Masyarakat Jamaah Maiyah Sinau Bareng Cak Nun Tentang Isu Politik #2019GantiPresiden. *Universitas Semarang*, 111.
- Firdaus, A. N. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA BULLYING NON VERBAL PADA VIDEO KLIP THIS IS ME- KEALA SETTLE. In *Journal of Economic Perspectives* (Vol. 2, Issue 1). [http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'équipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017](http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon%20-%202008%20-%20Coaching%20d%27%C3%A9quipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017)
- Fitriyani, L. R. (2019). Strategi Personal Branding Penyanyi Tulus dalam Mempertahankan Eksistensi. *Conference On Communication and News Media Studies*, 1, 271–284. <http://proceeding.umn.ac.id/index.php/COM NEWS/article/view/1101>
- Gumanti, A. (2024). *Fakta ARMY, Fandom Terbesar yang Berperan dalam Karier BTS*. <https://ameera.republika.co.id/berita/sgcuyr425/fakta-army-fandom-terbesar-yang-berperan-dalam-karier-bts/>.

- Gunarso, S., Ramadhanita, F. F., & Fuadi, M. H. (2024). *Buku Ajar Teori Komunikasi* (Efitra (ed.); pertama). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Guntara, B., & Herry, A. S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling “Hak Kebebasan Berpendapat Di Media Sosial Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 3(1), 4.
- Hakim, L., & Rukmanasari, F. (2023). Representasi Pesan Motivasi Dalam Lirik Lagu K-Pop “Beautiful” By NCT:(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 19–38.
- Harnia, N. T. (2021). Analisis Semiotika Makna Cinta Pada Lirik Lagu “Tak Sekedar Cinta” Karya Dnanda. *Jurnal Metamorfosa*, 9(2), 224–238. <https://doi.org/10.46244/metamorfosa.v9i2.1405>
- Hermawan, A., Zahri Alyahya, I., & Syahputra, D. R. (2023). Analisis Tanda dan Makna pada Klip “Look What You Made Me Do-Taylor Swift.” *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 2023.
- Herwati, S. (2020). *Buku Saku kebebasan Menyampaikan Pendapat Dimuka Umum*. YLBHI.
- Hybe Labels. (2021). *Arti Logo BTS dan ARMY*. <https://hybe.labels.com/arti-logo-bts&army.html/>.
- Ilham, M.R. (2023). Analisis Keberagaman Budaya Luar yang Berbaur pada Masyarakat di Kota Palembang. *JIKIP*. 3 (4): 85-97.
- Indriwati. (2020). *Komunikasi dan Pesan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Irmawati, N. D. (2014). *Litraya jurnal sastra dan budaya*. Fakultas Sastra budaya dan ilmu komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
- Jessica, D. (2022). *Mengenal Lebih Dalam Tentang ARMY BTS*. <https://kompas.com/mengenal-lebih-dalam-tentang-army-bts/>.
- Jun-soo, P. (2023). *Suga Road To D-Day*.
- Kartikasari, B. (2023). *lirik lagu dan terjemahan haegeum Agust D, Trending teratas di youtube*. Tribun Jogja. <https://jogja.tribunnews.com/2023/04/22/lirik-lagu-dan-terjemahan-haegeum-agust-d-trending-teratas-di-youtube>
- Khasanah, U. U. (2023). *Self Healing Dalam Karya Musik BTS (Studi Analisis Resepsi K-Popers terhadap Isu Kesehatan Mental Dalam Album BTS “Love Yourself”)*.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar-personal*. Kencana.
- Marlina, Yusnita, E., & Mitrin, A. (2022). *Buku Ajar Ilmu Komunikasi*. CV. Feniks Muda Sejahtera.

- Maulidya, L.S. (2023). *Konsep Komunikasi: Implikasi dan Pemaknaan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Miftahurrezki, M., & Anshori, M. S. (2021). Analisis Makna Pesan Motivasi dalam Lirik Lagu Kpop Bts Answer: Love Myself. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 3(1), 69–81. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i1.1061>
- Mila, N. A., & Khoirunnisa, R. N. (2024). *Celebrity Worship Syndrome di Kalangan Perempuan Dewasa Awal Penggemar K-Pop Celebrity Worship Syndrome among Early Adult Women K-Pop Fans Abstrak*. 11(02), 1151–1167.
- Mulyah, P. (2020). Kampanye kebaya goes to UNESCO di sosial media Instagram. *Journal GEEJ*, 7(2), 28–40..
- Novi. (2021). *Manajemen memahami komunikasi nonverbal: Pengertian hingga Tips*. Gramedia Asri Media.
- Nurani, H. (2021). *Belajar Mudah Berbahasa Inggris Di Era Pandemi Covid-19 Melalui Analisis Lirik Lagu* (N. Riana (ed.)). DOTPLUS Publisher.
- Nurmalasari, G. E. (2024). *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Feminisme pada Iklan Maybelline x Dylan Mulvaney dalam platform Media Sosial TikTok*.
- Oktaviani, D., Suprpto, B., & Dzuhrina, I. (2020). Analisis Semiotik Video Klip Bts “ Blood , Sweat and Tears ” Sebagai Representasi Masa Muda. *Jurnal Estetika*, 2(1), 1–25. <https://doi.org/10.36379/estetika.v1i1>
- Pemerintah Kota Palembang. (2024). *Keadaan Geografis Kota Palembang*. Palembang: <https://palembang.go.id>.
- Pemerintah Kota Palembang. (2024). *Profil Kota Palembang*. Palembang: <https://palembang.go.id>.
- Pemerintah Kota Palembang. (2024). *Visi dan Misi Kota Palembang*. Palembang: <https://palembang.go.id>.
- Pradana, P. A. (2022). *Analisis Resepsi dalam Lirik Lagu Innawa Sabbarae*
- Pradekso, T., Widagdo, B., & Hapsari, M. (2014). *Produksi Media* (E. Purwanto (ed.)). Universitas Terbuka.
- Pujarama, W., & Rizki, I. Y. (2020). *APLIKASI METODE ANALISIS RESEPSI UNTUK PENELITIAN GENDER DAN MEDIA* (F. H. Rizal (ed.)). UB Press.
- Purnomosidi, F., Nabila, P. A., Studi Psikologi, P., Sosial, F., & Dan Seni, H. (2023). Konsep Diri Remaja Penggemar Kpop. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and*

Social-Political Governance, 3(1), 944–956. <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.226>

Putri, D., Sintya, K., & Rahayu, K. (2019). *Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali*. 6(2), 291–300.

Putu Nadia Paramitha, N., Dewa Ayu Sugiarica Joni, I., & Devia Pradipta, A. (2021). Pemaknaan Khalayak Pada Campaign #EndToxicMasculinity pada Media Sosial Tiktok (Studi pada Remaja di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/78403>

Rahmadani, A. (2022). *Resepsi Maskulinitas Pada MV “Make A Wish” (Birthday Song) di kalangan K POPERS*.

Rahmadani, L. K., & Islam, M. A. (2023). Makna Tanda Dalam Video Musik Stray Kids (Analisis Semiotika Video Musik “Case 143” Dalam Album Maxident). *BARIK-Jurnal S1 Desain* ..., 5(1), 263–275. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/56523%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/56523/44415>

Rahmi. (2021). *Konsep kehendak bebas menurut Henri Bergson dalam time and free will* (Issue 2504).

Rei. (2023). *Mencari ritme pada Haegem: ulasan Haegeum milik Suga*. ARMY Magazine. <https://www.armymagazine.co/single-post/mencari-ritme-pada-haegeum-ulasan-haegeum-milik-suga>

Renata, M. (2024). Dampak Kehadiran K-Pop terhadap Kehidupan Remaja di Kota Palembang. *JIKIP*. 5 (2): 17-26.

Resdiansyah, R. (2019). Pemaknaan Lirik Lagu Yoshiwara Lament Karya Asa (Kajian Struktural Semiotika). *Jurnal Skripsi*, 8–29. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2157/>

Retno, T. (2021). *Analisi Lirik Lagu “Sebuah Pangkuan” karya Abu Nawas : kajian semantik*. 75(17), 399–405.

Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>

Rohman, M. A. (2019). *RESEPSI KH. AHMAD YASIN ASYMUNI TERHADAP AL-QUR`AN Studi Kitab Tafasor Mu`wwidhatayn, Ayat Kursy dan Al-Fatihah*. 68.

Rustandi, R. (2021). *RESEPSI PENGGEAR K-POP MENGENAI SENSUA LITAS*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sari, M.K. (2022). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Setyaningrum, T. S. (2021). *Resepsi Exo L-Jogja Terhadap Maskulinitas Exo Dalam Musik Video Obsession*.
- Supriatno, D., & Nasta'inu, N. (2024). Analisis Pesan Verbal dan Nonverbal Musik Video “Wannabe” Itzy pada Platform Youtube. *Jurnal Paradigma Madani*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.56013/jpm.v10i1.2986>
- Syamsila, L. (2020). *Komunikasi: Konsep, Pengaruh, dan Penerapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tunshorin, C. (2020). *Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta*. 10(April).
- Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). *Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall*. 3, 509–520.
- Wahyuni, S., & Pudrianisa, S. (2024). *Representasi Mental Disorders Lagu “ Amygdala ” Suga BTS Melalui Representation of Mental Disorders in Suga BTS ' Song " Amygdala " Through Charles Sanders Peirce Semiotic Analysis*. 5(02), 1–14.
- Widya, H. S. (2024). *Sejarah BTS dan ARMY yang Tidak Terpisahkan*. <https://shuttershock.com/sejarah-BTS-ARMY/>.
- Wikipedia. (2023). *Vidio Musik*. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Video_musik
- Wurangian, S. M., & Nugroho, D. M. (2023). ... Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Antara Pianis dan Penyanyi Klasik Terhadap Kualitas Pertunjukkan [The Effectivity of Verbal and Non-Verbal Communication in a *Jurnal SENI MUSIK*, 13(2), 1–24. <https://ojs.uph.edu/index.php/JSM/article/view/7494%0Ahttps://ojs.uph.edu/index.php/JSM/article/download/7494/3599>
- Youtube. (2023). *Agust D “Haegeum” Official MV*. HYBE LABELS.
- Zahra, S. (2019). PENGGEMAR BUDAYA K-POP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). *Skripsi*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Zakiah, R., & Putri, V. (2022). *Analisis Resepsi Stuart Hall pengertian dan posisi pemaknaan*. Kompas.Com

