

REFERENSI

- Agustinus Shindu Alpito. (2024, September 21). *Speed Mampir Jogja, Main Gendang hingga Coba Tradisi Masangin di Alun-alun Kidul* - Medcom.id. Medcom.id; Medcom ID. <https://www.medcom.id/hiburan/montase/zNARxP3b-speed-mampir-jogja-main-gendang-hingga-coba-tradisi-masangin-di-alun-alun-kidul> (diakses pada 19 Mei 2025)
- Alkatiri, A. B. M., Nadiah, Z., & Nasution, A. N. S. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge:Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19-26.
- Andriani, R., & Rahmayani, S. (2024). Peran Nct Sebagai Aktor Nation Branding Korea Selatan Dalam Diplomasi Budaya Terhadap Indonesia Tahun 2021-2023. *SUMUR-Jurnal Sosial Humaniora*, 2(2), 96-108.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Basri, H. (2025). MEDIA DALAM ERA GLOBALISASI TANTANGAN DAN DAMPAK TERHADAP KOMUNIKASI GLOBAL. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 8(1), 834-838.
- Choiriyati, S. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal uml*, 2(2), 21-27.
- Cresswell, J. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*.
- Darwadi, M. S. (2017). Media baru sebagai informasi budaya global-membudayakan literasi media internet pada anak dan remaja. *Komunikator*, 9(1).
- Dmytro Murko. (2024, October 2). *Even Bigger Than in Europe — IShowSpeed Takes Southeast Asia by Storm and Becomes World's Top English-Speaking Streamer*. Streamscharts.com; Streams Charts.

<https://streamscharts.com/news/ishowspeed-asia-tour-recap> (diakses pada 07 mei 2025)

Evanne, L. (2021). Pergeseran Komunikasi Media Lama Menuju Media Baru. *Komsospol*, 1(2), 75-81.

Galih Priatmojo. (2024, September 21). *Kisah di Balik Ritual Masangin yang Mampu Ditembus IShowSpeed Saat Berpetualang ke Yogyakarta*. Suara.com; Suara.com.

<https://www.suara.com/entertainment/2024/09/21/181257/kisah-di-balik-ritual-masangin-yang-mampu-ditembus-ishowspeed-saat-berpetualang-ke-yogyakarta?page=1> (diakses pada 19 Mei 2025)

Garmabar, P., Rifai, M., & Hakim, F. N. (2024). Soft Diplomasi Jepang Melalui Anime dan Manga Untuk Meningkatkan Nation Branding Jepang. *Jurnal Polinter: Kajian Politik dan Hubungan Internasional*, 9(2), 17-28.

Gulo, A. (2023). Revitalisasi budaya di era digital dan eksplorasi dampak media sosial terhadap dinamika Sosial-Budaya di tengah masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3).

Habibah, A. F. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350-363.

Herman, N., & Muarifin, M. (2023). Analisis Wacana Kritis Teori Teun A. Van Dijk pada Video Iklan di Akun YouTube Ramayana Berjudul “Marga Pelari”. *Wacana: Jurnal Bahasa, Seni, Dan Pengajaran*, 7(1), 49-60.

How IShowSpeed Took Over the Internet at Lightning Speed. (2024). Brandvm.com; Brand Insights.<https://www.brandvm.com/post/how->

[ishowspeed-took-over-the-internet-at-lightning-speed](#) (diakses pada 05 mei 2025)

Ibnuyasa, A., & Rasyidah, R. (2023). Upaya Arab Saudi Menggapai Saudi Vision 2030: Nation Branding via Event F1 Tahun 2020-2022. *Jurnal Hubungan Internasional*, 16(2).

IshowSpeed. (2024, September 18). Irl stream in Indonesia. <https://www.youtube.com/watch?v=9s6imDGjy08&t=6320s>

IshowSpeed. (2024, September 20). Irl stream in Indonesia pt 2. <https://www.youtube.com/watch?v=BF9qBZhlgsY&t=446s>

IshowSpeed. (2024, September 21). Irl stream in Indonesia pt 3 <https://www.youtube.com/watch?v=8FzcNN3ZvB0&t=815s>

Juditha, C. Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial Twitter Public Opinion on Case “Police Versus KPK” in Twitter.

Luik, J. E. (2020). Media baru: Sebuah pengantar. *Media Baru: Sebuah Pengantar*

Luntungan, R. M., Wahyudi, A. U., & Yanuartha, R. A. (2024). Tagar, wacana, dan perlawanan : studi tentang #kawalputusanmk sebagai simbol mobilisasi gerakan sosial.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. London: Routledge.

Meita, L., & Hidayat, R. A. (2021). Peran idol k-pop BTS sebagai representasi diplomasi nation branding Korea Selatan dalam kerja sama internasional terhadap Amerika Serikat. *Prosiding Vennas AIHII*, 11, 589-601.

- Merriam, S. B. (2015). Qualitative research: Designing, implementing, and publishing a study. In *Handbook of research on scholarly publishing and research methods* (pp. 125-140). IGI Global.
- Ni. (2024, September 20). *Siapa IShowSpeed dan Mengapa Bisa Terkenal?* Detikbali; detikcom. (diakses pada 12 desember 2024) ([Sato & Saling, 1975](#))
- Nurudin, N. (2013). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Komunikator*, 5(2).
- Prihartono, R., & Suharyo, S. (2022). Analisis Wacana Kritis Model Teun A. van Dijk dalam “# DebatKeren Papua–Budiman Sudjatmiko VS Dandhy Laksono”. *Wicara: Jurnal Sastra, Bahasa, Dan Budaya*, 1(2), 90-96.
- Puput Puji Lestari. (2024). *The Reason Why Ishowspeed Is Famous In Indonesia And Getting Most Streeming Viewers*. VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan; VOI.ID. <https://voi.id/en/lifestyle/418864> (diakses pada 09 mei 2025)
- Qadri, M. (2020). Pengaruh media sosial dalam membangun opini publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49-63.
- Rachmadana, T. D. (2024). Implementasi Nation Branding Korea Selatan Melalui Esports Tahun 2003-2014. *Global and Policy Journal of International Relations*, 12(01).
- Rahmaniah, R., & Sugito, S. (2023). Diplomasi Publik Melalui ‘Wonderful Indonesia’ Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Amerika Serikat. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 4635-4645.

Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.

Ramadan, M. F. (2024, September 19). *Penonton Live Streaming IShowSpeed di Indonesia Tembus 1 Juta, Ternyata Ada Andil Reza Arap*. SINDOnews Lifestyle;

SINDOnews.com.<https://lifestyle.sindonews.com/read/1458609/187/penonton-live-streaming-ishowspeed-di-indonesia-tembus-1-juta-ternyata-ada-andil-reza-arap-1726758586> (diakses pada 07 mei 2025)

Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).

Rini, M. S., Permadi, D., & Edy, S. (2025). Representasi Budaya Jawa dalam Gaya Komunikasi IShowSpeed Pada Konten Youtube “Sea Tour” Di Yogyakarta. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(1).

RRI. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. Rri.co.id - Portal Berita Terpercaya; RRI.
<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024> (diakses pada 20 Mei 2025)

Satish, K., Portet, X. G., & Vela, J. D. S. E. (2024). Football and nation branding: A case study of Saudi Arabia's strategy for global football recognition. *adComunica*, 27-52.

(SINDOnews, T. (2024, September 20). *7 Hal Menarik yang Dilakukan IShowSpeed di Indonesia, Mampir ke Kota Tua!* SINDOnews Lifestyle;
SINDOnews.com. (diakses pada 12 desember)

<https://lifestyle.sindonews.com/read/1458891/187/7-hal-menarik-yang-dilakukan-ishowspeed-di-indonesia-mampir-ke-kota-tua-1726812578>

Sudrajat, T., & Rohida, L. (2022, January). Efek Media Massa dalam Pembentukan Opini Publik di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 4, pp. 519-524).

S-1 Pendidikan Seni Rupa. (2024, September 24). *iShowSpeed di Indonesia: Menyambut Kehadiran Bintang YouTube dalam Kebudayaan Lokal*. S-1 Pendidikan Seni Rupa. <https://s1psr.fbs.unesa.ac.id/post/ishowspeed-di-indonesia-menyambut-kehadiran-bintang-youtube-dalam-kebudayaan-lokal>

Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 298-304.

Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024, October). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. In *Iapa Proceedings Conference* (pp. 293-315).

Suryandari, N. (2021). Dampak Media Baru dan Komunikasi Antarbudaya dalam Konteks Global. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(3), 362-372.

Soetomo, M. (2023, July 20). *REALME 11 PRO 5G UNVEILED: PREMIUM DESIGN AND 100MP OIS PROLIGHT CAMERA*. Thesmedia.id. <https://thesmedia.id/posts/ishowspeed-wraps-up-southeast-asia-tour-7-fascinating-facts-about-the-youtube-sensation> (diakses pada 09 mei 2025)

Syamsuddin, R. (2008). Analisis Wacana.

- Tahir, A. H., & Putra, A. N. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Diplomasi Digital Global Dalam Upaya Meningkatkan Nation Branding Indonesia Di Era Pemerintahan Joko Widodo. *MANDAR: Social Science Journal*, 2(1), 1-20.
- Taufik, T. (2018). Penumbangan Rezim melalui gerakan masyarakat dunia maya (Media Sosial) di Timur Tengah. *Indonesian Journal of International Relations*, 2(2), 20-29.
- Tosepu, Y. A. (2018). Media baru dalam komunikasi politik (komunikasi politik i dunia virtual). Jakad Media Publishing.
- Utama, I. D. G. B. (2012). Analisis Wacana Kritis Berita Mengenai Pendatang Pascalebaran Tahun 2010 Pada Surat Kabar "Bali Post". *PRASI*, 7(13).
- Van Dijk, Teun A. 1988. News as Discourse. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Y. Raharyo. (2024, September 22). *Usai ke Jakarta, Bali dan Yogya, IShowSpeed Sebut 3 Momen Terbaik Hidupnya, Salah Satunya Streaming di Indonesia - Bali Express*. Usai Ke Jakarta, Bali Dan Yogya, IShowSpeed Sebut 3 Momen Terbaik Hidupnya, Salah Satunya Streaming Di Indonesia - Bali Express; Bali Express. <https://baliexpress.jawapos.com/hiburan/675114850/usai-ke-jakarta-bali-dan-yogya-ishowspeed-sebut-3-momen-terbaik-hidupnya-salah-satunya-streaming-di-indonesia> (diakses pada 19 Mei 2025)
- Zulkifli, N., Omar, S. K., Johari, N. F., Hassan, M. S., & Rosman, M. R. M. (2021). Pengaruh media baru dan penglibatan politik belia. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 2(2), 63-77.