

DAFTAR PUSTAKA

- Akram. (2022). *Perancangan Kampanye Sosial Video Dokumenter Mengenai Pelaku Usaha Penerima Bantuan Pemerintah BLT UMKM*. Universitas Pembangunan Jaya.
- Big Hit. 2020. *BTS*. Diakses melalui <https://ibighit.com/bts/eng/profile/> pada 13 November 2022 pukul 18.43
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Grover, C. [@amidocumentary], J, Z & S [@BTS_iTunesZA], dan Ringland, K.E. [@liltove]. 9 Juli 2022. SENSUS ARMY BTS. <https://www.btsarmycensus.com/>
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jeanette, Sinta Paramita. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial *Fanboy* dan *Fangirl* ARMY Terhadap BTS). *Koneksi* Vol. 2, No, 2, Hal 393-400.
- Kartini, Sri. (2019). *Krisis Percaya Diri*. Mutiara Aksa.
- Khadijah, & Yuliati. (2021). Program Kampanye #Budayabeberes Terhadap Partisipasi Masyarakat Untuk Membuang Sampah Sendiri. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 21(1), 25-31.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- LOVE MYSELF. 2017. About Love Myself. Diakses melalui <https://www.lovemymself.org/post-eng/about-love-mymself/> diakses pada 18 November 2022 pukul 12.30
- Mu'in. (2014). *Pendidikan Karakter konstruksi teoritik dan Paraktik*. Ar-Ruzz Media
- Murtiastuti, Dyah Maharani. (2020). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Rachel Goddard Terhadap Perilaku Imitasi Mempercantik Diri*. Universitas Kristen Satya Wacana
- Permana. (2017). Perempuan dalam kampanye antikorupsi. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 399-413.
- Ramadhani, A. Z. N. (2020). *Pengaruh Terpaan Akun Instagram@ awkarin Terhadap Persepsi Remaja Pengguna Instagram Tentang Awkarin (Studi Pada Followers Instagram@ awkarin)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *KOMUNIKASI MASSA*. PT Grasindo

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.
- Sungkar, Y., & Partini. (2015). *Sense Of Humor Sebagai Langkah Meningkatkan Kepercayaan Diri Guru PPL Dala Proses Belajar Mengajar*. Jurnal Indigenous, 13(1), 92 - 101.
- Tokopedia. (2021). *Fakta Unik BTS ARMY, Fandom Terbesar di Dunia K-Pop*. PT Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/>
- Tristianingrum. (2019). *Efektivitas Kampanye Love Myself Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Komunitas ARMY Di Medan*.
- Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Vetrix, & Bangun. (2022). Shared Experienced of ‘Love Myself’ Tagline Among BTS Fans. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 66-77.
- Vivin, M. (2020). *Penyebab Perilaku Kurang Percaya Diri Saat Pembelajaran Bahasa Indonesia Siswa Kelas VII Smp Muhammadiyah 4 Tanggul*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Wicaksana, A. R. (2022). *ANALISIS KAMPANYE E-TILANG POLRI DI MEDIA SOSIAL*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.