

KEHADIRAN SOSIAL DALAM DUNIA DIGITAL (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA INTERAKSI AUDIENS LIVE STREAMING MARAPTHON SEASON 3)

Ahmad Syammas Rafi Al Haq¹, Dian Hutami Rahmawati²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

¹22043010283@student.upnjatim.ac.id, ²dian.hutami.ilkom@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This study examines the problem of how social presence is constructed within the digital space of a 100-day continuous live streaming event, Marapthon Season 3: The Last Tale, hosted by Indonesian content creator Reza Arap on YouTube. The phenomenon attracted global attention, reaching the top position worldwide in live viewer rankings, yet academic understanding of how audiences experience and construct social presence in such an extreme-duration digital broadcast remains limited. This research aims to describe in depth the essence of audience awareness and meaning-making regarding social presence in the digital world created during the Marapthon live streaming experience. Employing a virtual ethnography approach based on Christine Hine's methodology, this study conducted cyber observation through screen recording and screenshots of the YouTube live chat column, complemented by offline Focus Group Discussion (FGD) with six highly engaged audience participants selected through purposive sampling. The findings reveal that audience interaction was autonomously formed through adaptive textual and symbolic expressions, including community-specific inside jokes, emoji manipulation as social control instruments, and horizontal communication norms. Social presence manifested multidimensionally through the blurring of creator private space and audience domestic space, fostering parasocial relationships resembling real-world friendships. Furthermore, audiences exercised collective financial agency through the donathon mechanism to control broadcast duration and sustain the virtual third place. Critically, Marapthon reconstructed traditional social gathering practices into an inclusive virtual third place that mitigated modern social isolation, while simultaneously operating within a commodification structure of time and creator capitalism.

Keywords: : Social Presence, Live Streaming, Virtual Ethnography, Parasocial Interaction, Digital Community

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji permasalahan bagaimana kehadiran sosial dikonstruksi di dalam ruang siber sebuah acara siaran langsung berdurasi 100 hari, Marapthon Season 3: The Last Tale, yang diselenggarakan oleh konten kreator Indonesia Reza Arap di platform YouTube. Fenomena ini menarik perhatian global dengan meraih posisi pertama worldwide dalam peringkat live viewers, namun pemahaman akademis mengenai bagaimana audiens mengalami dan mengonstruksi kehadiran sosial dalam siaran digital berdurasi ekstrem tersebut masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam esensi kesadaran dan pemaknaan penonton mengenai kehadiran sosial dalam dunia digital yang tercipta selama menyaksikan tayangan live streaming Marapthon. Menggunakan pendekatan etnografi virtual berdasarkan metodologi Christine Hine, penelitian ini

melakukan observasi siber melalui perekaman layar dan tangkapan layar kolom live chat YouTube, dilengkapi dengan Focus Group Discussion (FGD) luring bersama enam partisipan audiens dengan keterikatan tinggi yang dipilih melalui purposive sampling. Temuan menunjukkan bahwa interaksi audiens terbentuk secara otonom melalui ekspresi tekstual dan simbolis yang adaptif, mencakup inside jokes khas komunitas, manipulasi emoji sebagai instrumen kontrol sosial, serta norma komunikasi horizontal. Kehadiran sosial termanifestasi secara multidimensi melalui peleburan ruang privat kreator dengan ruang domestik audiens sehingga melahirkan hubungan parasosial yang menyerupai persahabatan nyata. Selain itu, audiens menggunakan agensi finansial kolektif melalui mekanisme donathon untuk mengontrol durasi siaran dan mempertahankan ruang ketiga virtual tersebut. Secara kritis, Marapthon merekonstruksi praktik tongkrongan tradisional menjadi ruang ketiga virtual yang inklusif guna memitigasi isolasi sosial, namun tetap beroperasi dalam struktur komodifikasi waktu dan kapitalisasi kreator.

Kata Kunci: Kehadiran Sosial, Live Streaming, Etnografi Virtual, Interaksi Parasosial, Komunitas Digital

A. Pendahuluan

Dunia kontemporer menyaksikan pergeseran fundamental dalam cara manusia membangun koneksi sosial, di mana batasan antara ruang fisik dan ruang siber semakin kabur (*blurred boundaries*). Proliferasi teknologi komunikasi memungkinkan individu untuk hadir secara psikologis meskipun terpisah secara geografis. Castells (2011) dalam *The Rise of the Network Society* menyatakan bahwa masyarakat kini hidup dalam struktur "*space of flows*" di mana interaksi sosial tidak lagi terikat pada lokasi permanen, melainkan mengikuti aliran informasi yang kontinu.

Munculnya platform *live streaming* seperti YouTube dan Twitch telah mengubah lanskap

konsumsi media dari pasif menjadi partisipatif. *Live streaming* bukan sekadar penyiaran konten, melainkan penciptaan ruang sosial ketiga (*third place*). Oldenburg (1989) mendefinisikan *third place* sebagai ruang publik di luar rumah dan kantor yang berfungsi sebagai tempat bersosialisasi secara netral. Hamilton et al. (2014) menegaskan bahwa *live streaming* menyediakan rasa komunitas melalui interaksi *real-time* yang membuat penonton merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar.

Fenomena "MARAPTHON - THE LAST TALE" yang diinisiasi oleh Reza Arap merupakan anomali dalam industri konten digital, di mana siaran langsung dilakukan secara kontinu selama 100 hari tanpa jeda.

Maraphthon mengadopsi model *Donathon* (Donation Marathon), sebuah format *streaming* di mana durasi waktu siaran berbanding lurus dengan partisipasi finansial penonton. Johnson & Woodcock (2019) menyatakan bahwa *live streaming* telah mengubah audiens dari sekadar konsumen menjadi partisipan aktif yang dapat mengontrol durasi dan konten melalui dukungan finansial.

Data empiris menunjukkan bahwa kanal YouTube "yb" menduduki peringkat pertama global dalam kategori penayangan langsung berdasarkan Streams Charts per Februari 2026. Selain itu, audiens secara aktif memproduksi konten sekunder di TikTok yang menarasikan kecemasan terhadap timer acara, mengindikasikan keterikatan psikologis yang dalam. Fenomena audiens yang menjadikan Maraphthon sebagai pendamping tidur dan respons emosional menjelang berakhirnya siaran pada 20 Mei 2026 menjadi bukti krusial adanya ikatan sosial yang melampaui batas konsumsi media konvensional.

Kunci keberhasilan *live streaming* dalam mengikat audiens terletak pada tingkat kehadiran sosial (*social presence*). Biocca, Harms &

Burgoon (2003) menjelaskan bahwa kehadiran sosial bukan sekadar soal teknologi, melainkan tentang "rasa kebersamaan" (*sense of being together*) dengan orang lain dalam lingkungan virtual. Meskipun fenomena *live streaming* telah banyak dikaji, mayoritas literatur masih terjebak pada dimensi ekonomi makro dan aspek teknis platform, sehingga terdapat kesenjangan (*research gap*) dalam memahami dimensi mikroskopis mengenai bagaimana penonton memaknai eksistensi diri mereka di ruang siber secara psikologis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: "Bagaimana interaksi audiens dan konstruksi kehadiran sosial (*social presence*) terbentuk di dalam ruang siber pada *live streaming* Maraphthon Season 3?" Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam esensi kesadaran dan pemaknaan penonton mengenai kehadiran sosial dalam dunia digital yang tercipta selama menyaksikan tayangan Maraphthon.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis

studi Etnografi Virtual berdasarkan kerangka metodologis Christine Hine (2000, 2015), yang memandang internet sebagai lokasi budaya (*field site*) sekaligus artefak budaya (*internet as cultural artefact*). Paradigma Kritis digunakan untuk membedah bagaimana infrastruktur teknologi platform YouTube membentuk relasi kuasa antara kreator, audiens, dan industri media digital.

Lokasi penelitian bersifat multilokasi virtual, berpusat pada kanal YouTube @yb sebagai arena interaksi primer, dengan pengamatan lintas platform ke TikTok sesuai prinsip "*Follow the Participants*" (Hine, 2015). Periode penelitian mencakup seluruh 100 hari siaran Marapthon Season 3.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik: (1) observasi partisipan daring melalui perekaman layar dan tangkapan layar kolom *live chat* YouTube serta konten *User-Generated Content* (UGC) di TikTok; dan (2) Focus Group Discussion (FGD) luring bersama enam partisipan loyal yang dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis data dilakukan melalui empat tahap: imersi digital, reduksi data, pengodean (*coding*)

konseptual terhadap artefak budaya dan interaksi komunitas, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan reflektivitas peneliti.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

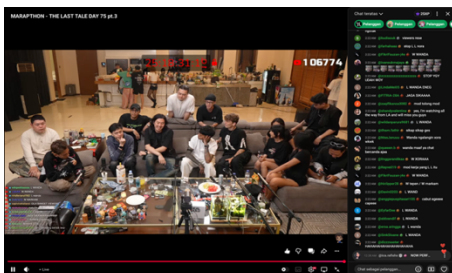
Secara singkat dan jelas uraikan hasil yang diperoleh dan dilengkapi dengan pembahasan yang mengupas tentang hasil yang telah didapatkan dengan teori pendukung yang digunakan.

Marapthon Season 3: The Last Tale merupakan siaran langsung non-stop berskala masif yang ditayangkan melalui platform YouTube oleh Reza Arap bersama Yuka Theo, Jot Tierison, dan Garry Ang selama 100 hari. Mekanisme utamanya adalah sistem Donathon di mana durasi *countdown timer* di layar tidak ditentukan secara statis oleh kreator, melainkan dikontrol secara dinamis oleh akumulasi donasi penonton. Pada fase akhir penayangan Mei 2026, Marapthon Season 3 berhasil meraih rekor Guinness World Record (GWR) yang diraih di Sentul, Bogor, Jawa Barat, menjadikannya sebagai salah satu fenomena penyiaran digital paling fenomenal di Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi siber yang komprehensif, temuan lapangan dikelompokkan ke dalam tiga tema besar berikut.

1. Ekspresi Tekstual dan Simbolis Audiens di Ruang Siber

Temuan pertama menunjukkan bahwa keterbatasan medium komunikasi digital yang miskin akan isyarat non-verbal berhasil dijumpai oleh khalayak aktif melalui penciptaan bahasa komunitas yang khas. Pertama, audiens mengembangkan *inside jokes* dan istilah khas komunitas. Simbol alfabet "L" (*Loss*) dan "W" (*Win*) yang lazim dalam budaya gaming diadaptasi sebagai ekspresi evaluasi naratif siaran.



Gambar 1 Ekspresi Alfabet "L" dan "W" di Kolom Chat YouTube

Istilah "Zetsu" muncul sebagai kode eksklusif yang membedakan penonton berlangganan (*membership*) dari penonton biasa, sekaligus melembagakan stratifikasi sosial berbasis kapital digital. Sapaan horizontal "Blay" (singkatan "*Ablay*")

atau teman) diadopsi secara organik sebagai penanda solidaritas komunal yang melampaui hubungan antara penonton dengan kreator.

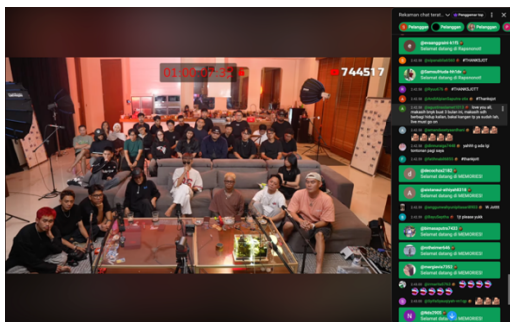
Kedua, audiens mengembangkan ekspresi simbolis melalui manipulasi emoji secara kontekstual. Sinkronisasi massal emoji tertentu (misalnya emoji cinta pada sesi musik atau emoji kuning berjoget) berfungsi sebagai konstruksi "ruang konser virtual" yang kolektif. Kombinasi emoji marah dan kartu merah berperan sebagai instrumen sanksi siber komunal terhadap komentar yang dianggap mengganggu tatanan sosial. Ketiga, terdapat narasi personal dan penyingkapan diri (*self-disclosure*) oleh audiens di kolom live chat, mulai dari kepedulian personal terhadap kondisi fisik kreator, berbagi keluhan domestik, hingga interaksi "makan bersama" yang mengaburkan batas antara ruang privat kreator dan ruang domestik audiens.

2. Manifestasi Kehadiran Sosial Multidimensi

Temuan kedua mengungkap tiga dimensi kehadiran sosial yang beroperasi secara sinergis dalam ekosistem Marapthon. Pertama, dimensi *Co-presence* (kehadiran

bersama) termanifestasi melalui fungsi Marapthon sebagai "pendamping digital" (*digital companionship*). Audiens menjadikan siaran sebagai teman aktivitas sehari-hari seperti bekerja, memasak, bahkan tidur, sehingga siaran bertransformasi menjadi "suara kehidupan" yang mengisi kekosongan sosial. Ruang siber berfungsi sebagai arena diskusi kasual yang setara (*egalitarian*) dan wahana hubungan parasosial horizontal antar-sesama audiens.

Kedua, dimensi *Psychological Involvement* (keterlibatan psikologis) tampak melalui ekspresi kecemasan komunal menjelang berakhirnya siaran, resonansi mendalam antara kondisi personal audiens dengan melankolia perpisahan virtual, serta manifestasi apresiasi eksistensial atas pengakuan "berbagi waktu hidup bersama."



Gambar 2 Manifestasi Apresiasi Eksistensial dan Pengakuan Berbagi Waktu Hidup Bersama

Temuan FGD mengonfirmasi bahwa bagi peserta yang mengalami keterbatasan waktu bersosialisasi akibat beban kerja, Marapthon hadir sebagai substitusi ruang intim. Informan Oka menyatakan: "*Jarang nongkrong sama temen-temen karena sibuk kerja, dengan adanya Marapthon bisa terpenuhilah kengennya nongkrong...*" (FGD, 11 Juni 2026).

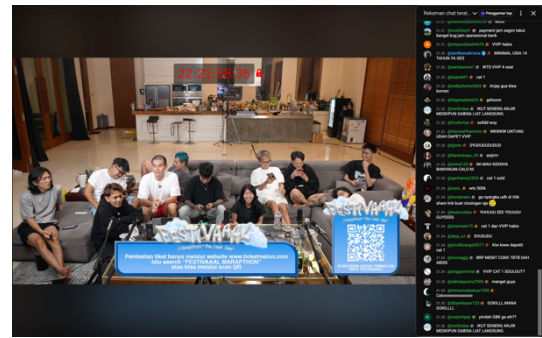
Ketiga, dimensi *Behavioral Engagement* (keterlibatan perilaku) terbukti melalui sinkronisasi tindakan kolektif seperti pengiriman pesan "THANKS JOT" secara serentak, koordinasi penolakan "NOOOOO" terhadap pengurangan timer, mobilisasi finansial massal melalui slogan "Ceban Matters Letsgoo," dan tindakan *trolling* kolektif pascadonasi besar yang meminta perubahan warna rambut kreator. Tindakan-tindakan ini membuktikan bahwa kehadiran sosial di ruang digital bukan sekadar persepsi pasif, melainkan sebuah aksi sosial yang aktif dan sinkron.

3. Perilaku Lintas Platform dan Analisis Kritis

Temuan ketiga menunjukkan bahwa dampak kehadiran sosial Marapthon melampaui batas platform.

Fenomena perilaku lintas platform audiens mencakup doa publik untuk keberlanjutan Season 4, representasi perubahan perilaku sosial di dunia nyata (pasangan yang menjadikan siaran sebagai "perekat hubungan"), hingga dokumentasi tangisan penonton laki-laki menjelang detik-detik akhir siaran. Kebingungan eksistensial audiens menghadapi malam hari tanpa siaran membuktikan seberapa dalam integrasi Marapthon ke dalam siklus rutinitas harian mereka.

Pada dimensi kritis, ditemukan ambivalensi kekuasaan yang nyata. Mekanisme donasi berbasis tantangan (*challenge-based donation*) menempatkan audiens seolah-olah memiliki kuasa finansial untuk mengontrol perilaku kreator, namun sekaligus menjadi arena exhibisi kapital dan validasi sosial. Penetrasi produk sponsor minuman keras dan *vape* pada set ruang dewasa ditoleransi oleh audiens karena kenyamanan "tongkrongan digital" menumpulkan sikap kritis kita semua.



Gambar 3 Penerapan Pembatasan Akses Berbayar (Paywall) pada Momentum Penutupan Acara

Puncaknya, penerapan sistem gerbang berbayar (*paywall*) berupa tiket *offline* dan *membership* YouTube pada momentum penutupan acara mengundang kekecewaan mendalam dari penonton yang loyal secara emosional. Informan Oka menyatakan: "...*pas puncak di akhir disuruh bayar... aduh kurang keluarga sih kataku. Kecewa.*" (FGD, 11 Juni 2026).

Temuan penelitian ini secara keseluruhan mengonfirmasi dan memperluas kerangka teoritis yang dibangun. Pertama, ekspresi tekstual dan simbolis yang berkembang dalam komunitas Marapthon sejalan dengan argumen Thurlow et al. (2004) mengenai *Computer-Mediated Communication* (CMC) sebagai fenomena sosial di mana individu mengonstruksi makna dan identitas melalui medium digital. Penciptaan *inside jokes*, bahasa komunitas, dan

norma interaksi horizontal merupakan strategi kompensasi atas keterbatasan isyarat non-verbal tatap muka, sebagaimana dikonseptualisasikan dalam teori *Reduced Cues*. Audiens terbukti tidak sekadar menerima keterbatasan medium, melainkan secara kreatif merekonstruksi isyarat sosial tersebut melalui artefak digital yang adaptif.

Kedua, manifestasi kehadiran sosial yang bersifat multidimensi dalam ekosistem Marapthon memperkuat kerangka Biocca, Harms & Burgoon (2003) yang membagi kehadiran sosial ke dalam tiga dimensi: *Co-presence*, *Psychological Involvement*, dan *Behavioral Engagement*. Ketiga dimensi ini tidak beroperasi secara terpisah, melainkan saling memperkuat. *Co-presence* menyediakan ruang kebersamaan, *Psychological Involvement* membangun ikatan emosionalnya, dan *Behavioral Engagement* menggerakkan aksi kolektifnya. Temuan ini memperluas konsep "*Ambient Presence*" dalam konteks *live streaming* berdurasi ekstrem, di mana siaran berfungsi sebagai "suara kehidupan" latar belakang yang terus-menerus mereduksi isolasi sosial penonton modern.

Ketiga, fungsi Marapthon sebagai "Ruang Ketiga" (*Third Place*) virtual (Oldenburg, 1989) terbukti secara empiris melalui karakteristik inklusivitas, pola interaksi horizontal, dan perannya sebagai substitusi ruang sosial bagi individu yang mengalami keterbatasan waktu bersosialisasi. Temuan ini sejalan dengan Hamilton et al. (2014) yang menegaskan bahwa *live streaming* berevolusi menjadi komunitas partisipatif berfungsi sebagai ruang ketiga digital. Lebih jauh, durasi 100 hari menciptakan "ritme sosial bersama" yang mengubah tayangan digital menjadi pengalaman sosiologis riil sebagaimana dijelaskan Coser (1991) mengenai perlunya waktu untuk membangun keintiman dalam interaksi sosial.

Keempat, validasi FGD memperkuat analisis kritis Paradigma Kritis yang menjadi landasan penelitian. Dialektika antara idealisme "tongkrongan digital" dan komersialisasi platform menunjukkan adanya ambivalensi kekuasaan dalam ekosistem Marapthon. Di satu sisi, audiens memiliki agensi finansial nyata melalui mekanisme donasi. Di sisi lain, kehangatan sosial dan kebersamaan digital yang dibangun

selama 100 hari terbukti menjadi strategi komodifikasi afektif, di mana kecewa mendalam penonton akibat *paywall* di momen penutupan membuktikan bahwa eksistensi kemanusiaan dan interaksi bermakna tetap beroperasi di bawah payung komersialisasi platform. Temuan ini memperkuat tesis Papacharissi (2010) bahwa ruang media digital telah bertransformasi menjadi arena negosiasi sosial yang kompleks.

Kelima, pendekatan etnografi virtual Christine Hine terbukti menjadi instrumen metodologis yang tepat untuk menangkap dinamika komunitas digital yang bergerak cepat dan lintas platform. Prinsip "*Follow the Participants*" memungkinkan peneliti melacak bagaimana artefak budaya Marapthon bersikulasi dari YouTube ke TikTok, memberikan gambaran holistik mengenai konstruksi kehadiran sosial yang tidak tertangkap oleh studi platform tunggal. Temuan ini mengonfirmasi argumen Hine (2000) bahwa batas antara dunia daring dan luring telah memudar, menciptakan realitas yang saling berkelindan (*intertwined*) dan memberikan dampak nyata bagi konstruksi sosial.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mendalam terhadap interaksi audiens dalam program siaran langsung Marapthon Season 3: The Last Tale, penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi di ruang siber tersebut terbentuk secara otonom melalui manipulasi ekspresi tekstual dan simbolis yang adaptif. Keterbatasan medium komunikasi digital yang miskin isyarat non-verbal tatap muka berhasil dijumpai oleh khalayak aktif melalui penciptaan bahasa komunitas yang khas, pelembagaan stratifikasi sosial berbasis keanggotaan, serta dekonstruksi makna emoji sebagai instrumen kontrol sosial. Artefak-artefak digital ini bertindak sebagai kode kultural baru yang mengikat identitas personal penonton ke dalam satu subkultur siber yang utuh.

Manifestasi kehadiran sosial (*social presence*) dalam ekosistem Marapthon Season 3 terbukti bersifat multidimensi dan tidak semata bergantung pada kecanggihan fitur teknologi. Kehadiran sosial dikonstruksi secara aktif melalui peleburan ruang privat kreator dengan ruang domestik audiens, memicu hubungan parasosial yang sangat intim menyerupai persahabatan nyata.

Keterlibatan perilaku termanifestasi melalui mekanisme donasi maraton, di mana audiens menggunakan agensi finansial untuk mengontrol durasi siaran sekaligus mengonversi dukungan ekonomi menjadi aksi sosial kolektif.

Secara kritis, Marapthon Season 3 berhasil merekonstruksi fungsi "tongkrongan tradisional" menjadi ruang ketiga virtual yang inklusif untuk memitigasi isolasi sosial masyarakat modern. Namun, ruang ini juga menyelimuti ambivalensi kekuasaan yang nyata: kehangatan sosial dan kebersamaan digital yang dirawat selama 100 hari merupakan strategi komodifikasi afektif yang sengaja diproduksi demi melayani kepentingan akumulasi kapital industri media digital kontemporer. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan etnografi virtual secara lintas platform yang lebih integratif dan mengkaji fenomena *live streaming* berdurasi ekstrem sebagai bentuk komunikasi ritual siber yang berfokus pada pemeliharaan solidaritas kelompok dan pembentukan subkultur siber yang persisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. K. (2003). Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggestions. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 12(5), 456-480.
- Castells, M. (2011). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Coser, L. A. (1991). *The Functions of Social Conflict*. Free Press.
- Ghani, M. A. F., Kusuma, A. S., & Kom, S. I. (2024). Interaksi Parasosial Streamer Deankt Dan Penggemar Melalui Platform Youtube. *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Gunawardena, C. N. (1995). Social presence theory and implications for interaction and collaborative learning in computer conferences. *International Journal of Educational Telecommunications*, 1(2), 147-166.
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on Twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 1315-1324.
<https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67.

- Hine, C. M. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications
- Hine, C. (2020). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Routledge.
- Horkheimer, M. (1972). *Critical Theory: Selected Essays*. Continuum.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). "It's like the gold rush": The lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. *Information Communication and Society*, 22(3), 336-351.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE Publications.
- Kristiyono, J., & Hermawan, N. D. (2023). Analisis Komunikasi Interaktif Brando Franco Dengan Penontonnya Dalam Live Streaming Di Kanal YouTube Windah Basudara. *JCommsci-Journal of Media and Communication Science*, 6(2), 79-88.
- Lister, M., et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. Paragon House.
- Papacharissi, Z. A. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity Press.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Safitri, O., Yulianti, Y., & Muzni, N. (2024). Analisis Fenomenologi Audiens dalam Media Digital. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(2), 1465-1475.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunications*. John Wiley & Sons.
- Sindy, E. N. (2025). Makna Interaksi Parasosial dengan Idola K-Pop dalam kehidupan Remaja: Studi Fenomenologi. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(01), 500-507.
- Taylor, T. L. (2018). *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication*. SAGE Publications.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2019). The affective labor and performance of live streaming on Twitch.tv. *Television and New Media*, 20(8), 813-823. <https://doi.org/10.1177/1527476419851077>