

## DAFTAR PUSTAKA

- Adian, D. G. (2016). Pengantar Fenomenologi. Penerbit Koekoesan.
- Al Hanif, K. L., & Rachmawati, I. (2022). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi LYSN dengan Kedekatan Interpersonal Fans K-POP pada Boygroup NCT. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 538-544).
- Anshori, I. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 165-181.
- Barlian, E. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55.
- Fadhilah, C. (2022). Studi Fenomenologi : Pola Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Perilaku Anak Usia 5-12 Tahun Dalam Proses Adaptasi Pembelajaran Tatap Muka. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Febrina, A. (2019). Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua Di Jabodetabek). *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 12(1), 55-65.
- Hamson, Z., Taureng, H., & Indrawati, A. (2021). Keberhasilan Vaksin Covid-19: Perspektif Komunikasi Pendekatan Teori Coordinated Management Of Meaning The Success Of The Covid-19 Vaccine: Communication

- Perspective Coordinated Management Approach Theory Of Meaning. *Journal of Communication*, 3(2), 84-91.
- Hanan, M. S., Kusuma, R. S., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). Interaksi Parasosial Antara Idola Dengan Penggemarnya. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hidayatulloh, N. (2023). Interaksi Parasosial Idol Nct Dalam Membangun Kedekatan Dengan Nctzen. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*, 1, 277-287.
- Hwang, K., & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in human behavior*, 87, 155-173.
- Jarzyna, C. L. (2021). Parasocial Interaction, The COVID-19 Quarantine, And Digital Age Media. *Human Arenas*, 4(3), 413-429.
- Jinyoung, P. (2023). Studies of K-pop fandom culture: User experience and motive research of subscription app "Bubble" (Master's thesis, University of Agder).
- Mihardja, J., & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy Dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393-400.
- Mulya, S. N. M., & Tomohardjo, I. S. (2020). Pengalaman Pembentukan Konsep Diri Penggemar Dalam Mengikuti Kegiatan " Idol You Can Meet" Di Theater Jkt48 Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 19(02), 152-169.
- Nurdin, A. (2020). Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis. *Prenada Media*.
- Nurhaipah, T. (2019). Komunikasi Dalam Hubungan Akrab Berdasarkan Perspektif Manajemen Koordinasi Makna. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 3(1), 27-45.

- Nusakinanti, A. (2022). *Interaksi Dan Hubungan Parasosial Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Penggemar Stray Kids Di Twitter)*. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Permana, R. S. M., & Suzan, N. (2018). *Pengalaman Komunikasi Dan Konstruksi Makna "Otaku" Bagi Penggemar Budaya Jepang (Otaku)*.
- Rahmi, S. (2021). *Komunikasi Interpersonal Dan Hubungannya Dalam Konseling*. Syiah Kuala University Press.
- Sadasri, L. M. (2021). *Parasocial Relationship Dengan Selebritas (Studi Kualitatif Pada Praktik Penggunaan Fandom Applications)*. *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147-162.
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2018). *Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter)*. *Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45-58
- Sartika, K. D., Akbari, T. T., & Yudizon, Z. T. (2019). *Analisa Upaya Counter-Radicalism di Kalangan Kampus Menggunakan Pendekatan CMM (Coordinated Management of Meaning)*. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 31-38.
- Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). *Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review*. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14-32.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). *Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif Pada Fandom Army Di Twitter)*. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.
- Yuwita, N., & Hasyim, M. (2018). *Pancasila Dalam Konstruksi Pemikiran Teologi Pesantren Dengan Pendekatan Model (Coordinated Management Of Meaning-CMM)*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 70-78.