

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiyarani, R., & Sinduwiatmo, K. (2024). Weverse menghubungkan boygroup Treasure dan para penggemar mereka. *Interaction: Communication Studies Journal*, 1(2), 82–96.
- Ahmad, M. Y., Irwan, Ruhamah, Jannah, N. I., Hasanah, I., & Fadlul, R. (2024). Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*, 26(1), 110. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>
- Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop Dalam Kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *Jurnal Psimawa: Diskursus Ilmu Psikologi Dan Pendidikan*, 5(2), 86–90. <http://www.jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA/article/view/2113>
- Amiliya, L. (2022). Pengaruh Hallyu Wave Terhadap Komunikasi Interpersonal Santri. *Hikmah*, 16(1), 55–68. <https://doi.org/10.24952/hik.v16i1.5099>
- Andrianza, Y., Ramadhan, K., & Alfin, M. (2025). Analisis Tanggapan Penonton Dalam Tayangan “Legenda Si Pahit Lidah” Di Kanal Youtube Gromore Studio Series Melalui Kajian Netnografi Dalam Konteks Literasi Digital. *Jurnal Ilmu Budaya*, 21(2), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208>
- Arland, W. L. (2025). Peran Media Sosial Weverse Dalam Menjaga Relasi Idol Dengan K-Popers (Studi Pada Komunitas Bangtan Sonyeondan (BTS)). *Network Media*, 8(1), 230–243.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital* (1st ed.). Penerbit Lakeisha.
- Asmarani, T., Kusuma, R. S., & Kom, M. I. (2023). Perilaku Komunikasi Penggemar Musik Nayeon Pop Pada Media Tiktok (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Balqis, Rizkita Putri. Fenomena Budaya Korean Wave terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. *Jurnal AT-TABAYYUN: Journal Islamic Studies*, Vol. 5 No. 2, Juli–Desember 2023.
- Bungin, B. (2012). *Analisa data penelitian kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewi, D. T., Lasut, K. B., Manungkalit, S. T., & Khatulistiwa, M. B. (2022). Participatory Fandom Harries Indonesia Pada Penulisan Fanfiction di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 21–42. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24038>

- Fidayani, R. A., Fahima, I. W. N., & Hakim, A. A. (2023, November). Strategi Komunikasi Seventeen Dalam Mempromosikan Album Baru. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1671–1683).
- Hamida, Nurainun, Muhammad Syukur, dan Ashari Ismail. Fenomena Budaya Pop Korea (Korean Wave) pada Remaja di Kota Makassar dalam Perspektif Postkolonialisme Hibriditas. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, Vol. 8 No. 6, Juni 2024.
- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, Dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Ulayat*. <https://doi.org/10.24854/jpu714>
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hisyam, C. J., Nikita, A., Chotimah, A. N., Pasha, J. F., & Mulia, N. S. (2024). Peran Platform Weverse Sebagai Sarana Interaksi Dan Ekonomi Dalam Industri K-Pop. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 76–86. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.657>
- Indriani, N., & Kusuma, R. S. (2022). Interaksi Sosial Fandom Army di Media Sosial Weverse. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 206–226. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i2.25397>
- Jaya, W., & Syam Maella, N. F. (2025). Peran Komunikasi Digital Dalam Dunia Kerja di PT PLN (Persero) UID Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 4(02), 172–177. <https://doi.org/10.58812/jmws.v4i02.2051>
- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). Effects Of Online Fan Community Interactions On Well-Being And Sense Of Virtual Community. *Behavioral Sciences*, 13(11), 897.
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media Winda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561–569.
- Lee, N. (2024). *Decoding K-Pop: Unveiling Global Impact, Cultural Dynamics, And The 'K' Factor* (Master's thesis, Pratt Institute).
- Li, X. (2022, June). Reasons For The Success Of Kpop (Korean Popular Music) Culture In The International Spread. In *2022 8th International Conference On Humanities And Social Science Research (ICHSSR 2022)* (pp. 2617–2621). Atlantis Press.
- Maharani, C., Juliansyah, V., & Purnama, D. T. (2024). Fenomena Korean Wave dan Fanatisme Penggemar Dalam Bermedia Sosial Studi Kelompok

- Fandom di Kota Pontianak. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 18–42.
<https://doi.org/10.33369/jsn.10.1.18-42>
- Mangara, J. N., & Cindoswari, A. R. (2023). Analisis Komunikasi Digital Pada Aksi Kekerasan Verbal Komunitas Mobile Legends Squads Project TRV di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3), 1–10.
<https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7827>
- Ningsih, T. W. R., Haryanti, D. A., & Saptono, D. (2025). Studi Netnografi pada Pola Komunikasi dan Interaksi Komunitas pada Instagram @batikrumahmerah. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 303–318.
- Pandeuwu, R. C., Lasut, J. J., & Zakarias, J. D. (2022). Pengaruh Sikap, Perilaku Dan Motivasi Dalam Menonton Korean Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Media Sosial Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3), 1–12.
- Poerwandari, K. (2005). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Jakarta: Fakultas Psikologi UI.
- Pravianti, S. A. (2025). Weverse: partisipasi penggemar dalam komunitas mobile. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(1), 21–36.
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss1.art2>
- Putri, A., & Miardja, E. J. (2025). Weverse sebagai media komunikasi fan-idol: Studi peran platform dalam membangun hubungan emosional antara ENHYPEN dan fans. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4139–4146.
- Putri, A. F., Santosa, H. P., & Yusriana, A. (2024). Analisis dinamika komunikasi kelompok penggemar K-pop generasi ke-4 dalam menanggapi fanwars di media sosial Twitter. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 120–133.
<https://doi.org/10.3410/jsikom.v3i2>
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya. *Paradigma*, 12(01), 137–139.
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi parasosial pada penggemar K-pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 1–15.
<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>
- Ramadona, R. (2022). Fenomena Lifestyle (Gaya Hidup) Remaja K-Popers (Penggemar Musik Pop Korea) Di Desa Kota Parit Rokan Hilir Riau. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 16(1), 28–33.
<https://doi.org/10.32832/jpls.v16i1.14136>
- Renita, D., Purwandari, D. A., & Istiqomah, N. (2024). Bentuk interaksi parasosial pada penggemar K-pop melalui media sosial X. *Mutiara: Jurnal*

Penelitian dan Karya Ilmiah, 2(3), 105–113.
<https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i3.1264>

Rozanah, H., & Fauzana, R. (2022). Percakapan Komunitas Pada Content Marketing TikTok Viera Oleh-Oleh Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.24014/kjcs.v4i2.25544>

Salsabila, S., & Suhono, S. (2024). Analisis Saham YG Entertainment Terkait Dengan Pengaruh Blackpink & Babymonster Dalam Kondisi Ekonomi. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(02), 118–124. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i02.174>

Sitorus, S. U., & Rozi, F. (2023). Komunikasi Interpersonal Penggemar BTS Dalam Pembentukan Cinta Diri: Studi Kasus Pada Group Apobangpot7. *MDN: Jurnal Simbolika Research And Learning In Communication Study*, 9(1), 36–44.

Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram And YouTube Bloggers Promote It, Why Should I Buy? How Credibility And Parasocial Interaction Influence Purchase Intentions. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 53, 101742.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Cetakan ke-24). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumardiono, N. (2022). Komodifikasi Fandom: Studi Pada Penggunaan Media Digital Fandom Boyband BTS Di Indonesia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 44–68. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.16602>

Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar Dan Idol K-Pop Dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 498–511.

Wang, E. S. T., & Hu, F. T. (2022). Influence Of Self-Disclosure Of Internet Celebrities On Normative Commitment: The Mediating Role Of Para-Social Interaction. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, 16(2), 292–309.

Yanti, Y., Ginting, E., & Farid, M. M. (2024). Komunikasi kelompok penggemar K-pop pada media sosial Twitter. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 106–119. <https://doi.org/10.3410/jsikom.v3i2>

- Zakia, R., Dianita, I. A., & Rochimah, H. A. (2024). Pengaruh media sosial Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada penggemar K-pop. *Jurnal Common*, 8(2), 164–177. <https://doi.org/10.3410/common.v8i2>
- Zeqiri, M. (2021). Access and its contribution to achieving trust and satisfaction in inter-ethnic relationships. *Corporate Communications*, 26(1), 205–220. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2020-0013>