

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ardianto, E., & Komala, L. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (4th ed.). Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, B.S. (2015). *Psikologi Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan : USU Press.
- Ida, R. (2017). *Budaya Populer Indonesia Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia* (1st ed.). Surabaya : Airlangga University Press.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Yogyakarta : *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Purba, B., Banjarnahor, A. R., Kumiullah, A. Z., Handiman, U. T., Setiawan, Y. B., Hastuti, P., Ismail, M., Tanjung, R., Hana, K. F., Fachruddin, S., & Jamaludin. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, V. V. P., Arsy, A. N., Kamila, R. khasna, & Tarinanda, A. . P. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Sleman : Literasi Media Publishing.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan* (1st ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Wahyuni, H. I. (2013). *Kebijakan media baru di Indonesia*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

#### **Jurnal :**

- Arifana. (2019). Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Perilaku Komunikasi Siswa. *Persepsi : Communication Jurnal*, 2(2), 11–44.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/persepsi.v2i2.3940>
- Ayuningtyas, A. S. (2019). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi Survey Pada Pengunjung Kampung Tridi (Tiga Dimensi) Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Devani, K., Permana, A., Management, M. C., Programme, P., & Sosial, M. (2020). Pengaruh Terpaan Informasi di Media Sosial terhadap Sikap Followers (Studi pada Informasi Prostitusi Tentang Seungri Eks Big Bang di Twitter di kalangan Followers @SeungriID). *Jurnal Vokasi Indonesia*, 8(2).  
<https://doi.org/10.7454/jvi.v8i2.222>
- Egbai, P. O. (n.d.). Pidgin English as an Effective Language for Broadcasting to Multi-lingual Society by Correct FM , Calabar. *Journal of Media, Communication & Languages*, 196–213.

- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Jeong, J. S., Lee, S. H., & Lee, S. G. (2017). When Indonesians routinely consume Korean pop culture: Revisiting Jakartan fans of the Korean drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication*, 11, 2288–2307.
- Lathifah, I. N., Herman, A., & Yusaputra, M. I. (2019). Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 111. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1933>
- Lestari, P., Adha, I. F., Kusmantini, T., & Chandrasari, Y. (2021). the Influence of Covid-19 Information on Whatsapp Social Media Towards Community Anxiety Level. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 201. <https://doi.org/10.14421/pjk.v14i2.2284>
- Luviani, A., & Delliana, S. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tangan Yuk) Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Anak. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.31602/jm.v3i2.3726>
- Mariati, L. H., & Sema, M. O. (2019). Hubungan Perilaku Phubbing Dengan Proses Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng. *Jurnal Wawasan Kesehatan*, 2(2), 51–55.
- Maulida, H. (2020). Perilaku Komunikasi di Sekolah Ramah Anak Kota Magelang. *Sosio Informa*, 6(3), 239–251.
- Munatirah, H., & Anisah, N. (2018). *Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Banda Aceh Yang Mengunjungi Warung KUPI di Kecamatan Leung Bata*. 3(1), 1–14.

- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Instagram Active User Communication Behaviour. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95–101.
- Nur, E. (2017). Perilaku Komunikasi antara Guru dengan Siswa Broken Home. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 161–174. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.272>
- Raharjo, D. P. (2021). Intensitas Mengakses Internet dengan Perilaku Phubbing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i1.5662>
- Rahmatina, D. (2018). Pengaruh Menonton Siaran Langsung Saluran Bts Di Aplikasi V Live Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Korea Pada Komunitas Bts Fanbase Indonesia. *Jom Fisip*, 5, 1–14.
- Rosita, T. (2018). Persepsi Tunarunggu Terhadap Interpreter Pada Tayangan Berita TV. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XXII(3).
- Samani, M. C., & Guri, C. J. (2019). Revisiting uses and gratification theory: A study on visitors to annah rais homestay. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(1), 206–221. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3501-14>
- Sampeali, Y. (2011). Communication Behavior of Bajo Tribe in doing Interaction with Mainland Community in Floating Village Of Mawasangka District , Buton Regency. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 1(3), 230–235.
- Seftiani, S. (2020). Pengaruh Tayangan Boyband BTS di Aplikasi Vlive Terhadap Perilaku Imitasi Pada Komunitas Media Sosial Line Army Riau. 148(R 2), 148–162.
- Suliyanto. (2011). PERBEDAAN PANDANGAN SKALA LIKERT SEBAGAI SKALA ORDINAL ATAU SKALA INTERVAL 1) Suliyanto 1. *Seminar Prosiding Statistika Nasional*, 978–979.
- Tranggono, D., Nidita, A., Putri, & Juwito. (2020). Jurnal Ilmu Komunikasi Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun Universitas

Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur Pendahuluan Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi sangat mempengaruhi pola komunikasi dan gaya hid. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2).

Triwiarma, V., & Sugandi, M. S. (2018). Perilaku Komunikasi K-Popers Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi Vlive Video Broadcasting (Studi Fenomenologi K-Popers Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi Vlive Video Broadcasting). *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(1).

Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website Www.Ppet.Lipi.Go.Id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian Influence Of Research Information Exposure Through Website www.ppet.lipi.go.id Towards Student Attitudes. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 111–120.

Vincent, E. I., & Kolade, P. A. (2019). Persuasive Communication: Semiotic Analysis of “Share-a-coke” Advertising Campaign. *World Journal of Innovative Research*, 2, 1–6. [www.wjir.org](http://www.wjir.org)

Wibisono, G. (2019). Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial ‘Good News From Indonesia’ Terhadap Perilaku Nasionalisme. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2), 560. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39264>

### **Online :**

Aditya, I. M. (2021). *Indonesia Menjadi Negara dengan Basis Penggemar BTS Terbanyak di Dunia*. [Goodnewsfromindonesia.Id](http://Goodnewsfromindonesia.Id).diakses pada 21 September 2021, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/infographic/indonesia-menjadi-negara-dengan-basis-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia>

Lestari, F. A. (2021). *Pengaruh Ketergantungan Media Komunikasi Terhadap Perilaku Komunikasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Makassar : Universitas

Muhammadiyah Makassar

- Nihayati, A. (2021). *10 Negara Paling Banyak ARMY BTS, Fans ARMY Indonesia Terbanyak?* Sragenupdate.Com. diakses pada 15 November 2021, dari <https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-army-indonesia-terbanyak>
- Pahlevi, R. (2022). *Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. diakses pada 20 Februari 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022#:~:text=Laporan DataReportal mencatat ada 4,miliar orang pada Januari 2021.>
- Pangerang, A. M. K. (2019). *Digandrungi Kpopers, V LIVE Kini Hadir di Indonesia*. Kompas.Com. diakses pada 20 November 2021, dari <https://entertainment.kompas.com/read/2019/08/27/205008110/digandrungi-kpopers-v-live-kini-hadir-di-indonesia?page=all#page2>
- Prasetya, D. N. dan D. (2021). *Youtube Rajai Media Sosial di Indonesia*. Suara.Com. diakses pada 20 November 2021, dari <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/youtube-rajai-media-sosial-di-indonesia>
- Prasetyani, Y. M. (2021). *Internet Sudah Jadi Napas Baru Kehidupan di Tengah Pandemi*. Kompas.Com. diakses pada 21 September 2021, dari <https://amp.kompas.com/nasional/read/2021/04/04/09020061/internet-sudah-jadi-napas-baru-kehidupan-di-tengah-pandemi>
- Putri, V. M. (2019). *V Live, Layanan Streaming Korea yang Lagi Booming*. Detik.Com. diakses pada 21 September, dari <https://hot.detik.com/kpop/d-4625236/v-live-layanan-streaming-korea-yang-lagi-booming>
- Samyayogi, D. (2021). *30 Peringkat Keseluruhan Grup K-Pop Terpopuler Edisi Bulan Mei 2021*. Matamatamusik.Com. diakses pada 20 Februari 2022, dari <https://matamatamusik.com/30-peringkat-keseluruhan-grup-k-pop->

terpopuler-edisi-bulan-mei-2021/

Sindo, K. (2019). *Pasar Besar Budaya K-Pop di Indonesia*. Sindonews.Com. diakses pada 20 Februari 2022, dari [https://lifestyle.sindonews.com/berita/1443960/166/pasar-besar-budaya-k-pop-di-indonesia?\\_gl=1\\*t16w4f\\*\\_ga\\*RzJFeVNrb11SM2w4d3V1Tnc2U24yVENqQkd4MmVNZIU0N1gySTJwejJPTFIyNkF4RWQzM24zeVg1ejBZa1UzQQ..](https://lifestyle.sindonews.com/berita/1443960/166/pasar-besar-budaya-k-pop-di-indonesia?_gl=1*t16w4f*_ga*RzJFeVNrb11SM2w4d3V1Tnc2U24yVENqQkd4MmVNZIU0N1gySTJwejJPTFIyNkF4RWQzM24zeVg1ejBZa1UzQQ..)

Times, I. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?*. IDN Times. diakses pada 30 Mei 2022, dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>