

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. R. (2004). Metodologi penelitian sosial dan hukum. Granit.
- Adi, S. (2019). Pengaruh drama Korea terhadap minat menonton remaja. *Jurnal Komunikasi Massa*, 4(2), 1–10.
- Basrowi, & Sukidin. (2002). Metode penelitian kualitatif perspektif mikro. *Insan Cendekia*.
- Booth, P. (2010). *Digital fandom: New media studies*. Peter Lang.
- Cangara, H. (1998). *Pengantar ilmu komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2008). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U., et al. (2024). *Inggitmika komunikasi organisasi modern*. Remaja Rosdakarya.
- Febriana, D., et al. (2023). Interaksi penggemar K-Pop melalui aplikasi Weverse. *Jurnal Media Digital*, 5(1), 45–56.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.

- Hirwiza, R. (2023). Loyalitas fandom K-Pop dalam mendukung idol. *Jurnal Studi Budaya Populer*, 6(1), 20–30.
- Hong, S. K. (2014). *The Korean wave: Korean media go global*. Routledge.
- Jung, S. (2011). *K-pop, Indonesian fandom, and social media*. University of California Press.
- Khan, M. L. (2021). Social media engagement and fan participation. *Journal of Media Studies*, 12(3), 110–125.
- Kim, Y. (2018). Transnational fandom in K-Pop culture. *International Journal of Cultural Studies*, 21(5), 1–15.
- Korean Sales. (2021). *K-Pop fandom consumer behavior report*. Korean Cultural Institute.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Metodologi penelitian komunikasi*. Widya Padjadjaran.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage Publications.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Metodologi penelitian komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Nainggolan, et al. (2021). Komunikasi organisasi dan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 8(2), 1–12.
- Ngalimun. (2020). *Ilmu komunikasi: Sebuah pengantar praktis*. Parama Ilmu.

- Nurani, R. (2017). Identitas fandom dalam komunitas K-Pop. *Jurnal Kajian Budaya*, 9(1), 35–44.
- Pragiyasti, Y. R., & Kusuma, A. S. (2024). Partisipasi penggemar dalam platform Weverse. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(2), 89–102.
- Pramesti, N., & Rahmawati, D. (2025). Hubungan parasosial idol dan penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 55–70.
- Rahayu, S., et al. (2021). Media digital dalam komunikasi modern. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(1), 15–25.
- Sari, M. P. (2018). Fenomena Korean Wave di Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 2(1), 1–12.
- Siregar, M., et al. (2021). Fungsi komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(3), 190–200.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Susanto, A. (2018). Konsep dasar komunikasi interpersonal. *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 10–18.
- Susila, A. (2023). Komunikasi digital dalam era media sosial. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 9(1), 30–42.
- Tougas, F., & Beaton, A. M. (2002). Personal and group relative deprivation. *Journal of Social Psychology*, 142(2), 1–15.

- Touhami, S., & Al-Haq, F. A. (2017). Korean wave as cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Studies*, 20(6), 600–615.
- Tofani, A. Z. (2023). Computer-mediated communication dalam fandom K-Pop. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 4(1), 75–85.
- Yunus, H. (2014). *Kajian budaya dalam masyarakat modern*. Pustaka Setia.
- Zahara, F. (2018). Proses komunikasi dan penyampaian pesan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 22–30.