

DAFTAR PUSTAKA

- @bbibbina. 2020. *Bbibbina on TikTok: "GEMES POOOL"*, (online), (<https://twitter.com/everlineshop/status/1623954934638211072?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA>, diakses 27 Mei 2023).
- @bbibbina. 2021. *Bbibbina on TikTok: "BEGITU DISENYUMIN AKU MELEBUR MELELEH MENYUBLIM"*, (online), (<https://vt.tiktok.com/ZSL6AJHtj/>, diakses 27 Mei 2023).
- @chelsea.holyvia. 2023. *Chels on TikTok: "he looked so happy everytime he sing it. So proud of you dear!! Let's shout out together forever"*, (online), (<https://vt.tiktok.com/ZSL6DuWVR/>, diakses 7 Mei 2023)
- @EVERLINESHOP. 2023. *EVERLINE on Twitter: "EVERLINE X THE BOYZ 1:1 VIDEO CALL EVENT"*, (online), (<https://twitter.com/everlineshop/status/1623954934638211072?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA>, diakses 27 Mei 2023).
- @holychely. 2023. *Chelsea on Instagram: "gabakal moveon selamanya sih ini"*, (online), (<https://twitter.com/everlineshop/status/1623954934638211072?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA>, diakses 26 Mei 2023).
- @McndOfficial_. 2020. *MCND_official on Twitter: "MCND 'into the ICE AGE' Release celebration Meet & Call Fan signing event"*, (online), (https://twitter.com/McndOfficial_/status/1237657364360122368, diakses 29 Oktober 2022).
- @mecimapro. 2020. *MCP (Mecimapro) on Instagram: "Great news for My Day!"*, (online), (<https://www.instagram.com/p/CFuEG0YhIEO/?igshid=ZjA0NjI3M2I=>, diakses 29 Oktober 2022).
- @_mmtshop. 2022. *MMT SHOP on Twitter: "Stray Kids Global Video Call Event is now open! Available until October 30, 11:59 PM (KST) MMT exclusive photocard, Grab your CD for a chance to win!"*, (online),

- (https://twitter.com/_mmtshop/status/1582975995229122560?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA, diakses 27 Mei 2023).
- @pounyou. 2022. *Dir on TikTok: "Dear cupid, Xdinary Heroes Version!"*, (online), (<https://vt.tiktok.com/ZSL6U6E5s/>, diakses 7 Mei 2023).
- @Stray_Kids. 2022. *Stray Kids on Twitter: "Stray Kids <MAXIDENT> VIDEO CALL & FANSIGN EVENT [사운드웨이브]"*, (online), (https://twitter.com/stray_kids/status/1578581133972844549?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA, diakses 27 Mei 2023).
- @Stray_Kids. 2022. *Stray Kids on Twitter: "Stray Kids <MAXIDENT> VIDEO CALL & FANSIGN EVENT [뮤직플랫폼]"*, (online), (https://twitter.com/stray_kids/status/1579305918403342336?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA, diakses 27 Mei 2023).
- @Stray_Kids. 2022. *Stray Kids on Twitter: "Stray Kids <MAXIDENT> VIDEO CALL & FANSIGN EVENT [뮤직코리아]"*, (online), (https://twitter.com/stray_kids/status/1580030694914658304?s=46&t=I-52r1vuzK27wtlWvw4vMA, diakses 27 Mei 2023).
- Abdussamad, D. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisanti, D. T. 2015. *Legalitas Fanworks Sebagai Bentuk Eksploitasi Karya Asli Utama (Studi Kasus Salinger V. Colting)*.
- Dimiyati, J. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*. Jakarta: Kencana.
- Fakta.id. 2023. *Apa Itu Hi-Touch di dalam dunia KPOP*, (online), (<https://www.fakta.id/apa-itu-hi-touch-di-dalam-dunia-kpop/#>, diakses 10 Juli 2023).
- Gooch, B. 2008. *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*.

- Gustiani, D. 2022. *Budaya Korea Dalam 20 Tahun Terakhir*, (online), (<https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20220113183902-24-173132/budaya-korea-dalam-20-tahun-terakhir>, diakses 27 September 2022).
- Haryono, C. G. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Kab. Sukabumi: CV Jejak.
- IDN Times. 2019. *KPopers Harus Tahu! Beda Konser, Fan Meeting, Showcase, dan Fansign*, (online), (<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ines-sela-melia-s/konser-kpop-c1c2?page=all>, diakses 25 Oktober 2022).
- Indriana, A. 2018. Pengaruh Metode Tanya Jawab terhadap Minat Belajar Peserta Didik pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam kelas VII di SMPN 07 Tapung Kecamatan Tapung Kab, Kampar.
- Katadata Insight Center. 2022. *Potret Aktivitas dan Belanja Penggemar Hiburan Korea di Indonesia*, (online), (<https://kic.katadata.co.id/insights/41/potret-aktivitas-dan-belanja-penggemar-hiburan-korea-di-indonesia>, diakses 14 Agustus 2022).
- Katyusha, W. 2022. *Deep Talk, Manfaatnya Secara Emosional dan Psikologis*, (online), (<https://helohehat.com/mental/hubungan-harmonis/manfaat-deep-talk/>, diakses 11 Juni 2023).
- Kpop Wise. 2022. *The History and Growth of Kpop Fansign Video Calls*, (online), (<https://www.kpopwise.com/2022/05/the-history-and-growth-of-kpop-fansign.html>, diakses 29 Oktober 2022).
- Kpop Wiki. 2022. *Beyond LIVE*, (online), (https://kpop.fandom.com/id/wiki/Beyond_LIVE, diakses 10 Juli 2023).
- KumaranK-POP. 2018. *K-Popedia: 5 Istilah Unik dalam Konser K-pop*, (online), (<https://kumaran.com/kumparank-pop/k-popedia-5-istilah-unik-dalam-konser-k-pop-1544610482119467693/full>, diakses 10 Juli 2023).
- Kusnario, R. 2020. *Mengenal Sejarah K-pop dan Generasinya*, (online) (<https://www.mocoacademy.id/mengenal-sejarah-k-pop-dan-generasinya/>, diakses 29 Oktober 2022).

- Kustanti, M. C. 2020. Hambatan Komunikasi Interpersonal pada *Physical Distancing* di Situasi Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Hardiknas*, 57-64.
- Lee, S. J. 2011. The Korean Wave: The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications Vol.2, No.1*, 85-93.
- Manzilati, A. 2017. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: PARADIGMA, METODE, DAN APLIKASI*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- McCudden, M. L. 2011. Degrees of Fandom: Authenticity & Hierarchy In The Age Of Media Convergence.
- Moetaqin, F. S. 2020. Budaya Partisipatori Dalam Fandom. *Jurnal Komunikasi Massa*.
- Moleong, L. J. 2017. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nadila, S. M. 2022. *Generasi Z: Si Paling Healing vs Si Pembawa Perubahan*, (online), (<https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan/>. diakses 29 Oktober 2022).
- Nursanti, M. I., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. 2013. Analisis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audience Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online, Vol. 2, No. 2*.
- Pratamasari, A. 2016. International Business Strategy in Selling Korean Pop Music: A Case Study of SM Entertainment. *Global & Strategis, Th. 10, No. 2*, 221-234.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. 2019. Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA, Vol. 14 No. 1*, 125-135.
- Rafif, A. H. N., Yuanita, R., & Permatasari, T. 2021. Korean Wave: Strategi Pelaku Industri di Korea dalam Menghadapi Tantangan di Tengah Pandemi Covid-19. *Frequency of International Relations, Vol 3 No 2*, 103-133.
- Rastati, R. 2019. Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Kwangsan Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol: 06*, 1-106.

- Reyes, L. 2022. *How To Join A Video Call Fansign Event? Here's What You Need To Know*, (online), (<https://www.cosmo.ph/entertainment/guide-to-video-call-fansign-events-a4985-20220329-lfrm>, diakses 25 Oktober 2022).
- Riadi, M. 2021. *Kebahagiaan (Happiness) – Pengertian, Aspek, Ciri dan Faktor yang Mempengaruhi*, (online), (<https://www.kajianpustaka.com/2021/09/kebahagiaan-happiness.html>, diakses 11 Juni 2023).
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. 2019. Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8, No. 2*, 13-23.
- Riona, J., & Krisdinanto, N. 2021. Ketika Fans 'Menikahi' Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS. *AVANT GARDE, VOL. 09 NO. 01*, 16-34.
- Sa'diyah, S. S. 2019. Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar BTS di Twitter).
- Sari, D. W. 2014. THE USE OF REQUEST STRATEGIES IN THE MOVIE *THE PROPOSAL. LEXICON, Volume 3 (Nomor 1)*, 14-32.
- Soompi. 2016. *K-Pop 101: How to Attend Fansigns*, (online), (<https://www.soompi.com/article/801015wpp/k-pop-101-how-to-attend-fansigns>, diakses 29 Oktober 2022).
- Wahyuni, N. 2014. *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*, (online), (<https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam/>, diakses 25 Oktober 2022).
- YTN. 2020. *YTN on YouTube*, (online), (<https://www.youtube.com/watch?v=C1j7cUAmW-k>, diakses 29 Oktober 2022).
- Yulfininda, D. A., & Mutiah. 2022. Pengaruh Event Marketing Video Call K-Pop Terhadap Brand Awareness Mecimapro Pada Masa Pandemi. *Commercium. Volume 05 Nomor 02*, 181-188.
- Zulmi, N. 2020. *Even of Day Ajak Fans Video Call, Begini Caranya untuk Ikutan*, (online), (<https://www.fimela.com/entertainment/read/4347070/even-of->

day-ajak-fans-video-call-begini-caranya-untuk-ikutan, diakses 29 Oktober 2022).