

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Ida, R., & Mustain. (2020). A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in Campursari Music Proliferalim in East Java. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 221–237.
- Achmad, Z. A., & Setiyani, O. W. (2015). The Effectiveness Use of Soundcloud Applications as Social Media for Promoting Pop Punk Indie Band. *BISSTECH*, 59–64.
- Achsanty, R. A. (2021) Voting dan Fandom K-Pop (Analisis Komunikasi Antar Penggemar TREASURE dalam Ajakan Voting di Twitter). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Adi, G. K. H. (2019). KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). Undergraduate thesis, Fakultas Ilmu Budaya.
- Agustiana, N. D., & Kusuma, A. (2023). Digital Activism pada Platform Komunitas Fandom: Studi Netnografi pada ARMY di Weverse. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 14(1), 74-82.
- Al Hanif, L. K. (2022). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi LYSN dengan Kedekatan Interpersonal Fans KPop pada Boygroup NCT. *Bandung conference Series: Communication Management*, 538-544.
- Ali dan Asrori. (2011). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alyusi, S. D. (2016). Media Sosial, Interaksi dan Modal sosial. 198. https://books.google.com/books/about/Media_sosial.html?id=z_nJDwAAQBAJ
- Andrew F. W., Matthew J. S. (2005). Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Anwar, K. M. (2016) Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Interaksi Sosial Pada Perawat Di Rumah Sakit Islam Surakarta. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Anto, D. (1986). Pengantar Metode Statistik II. Jakarta: Penerbit LP3ES
- Arfina, R. (2014) Analisis Perilaku Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Studi Pada Komunitas Safel Dance Club). S1 Thesis, Fakultas Ilmu Sosial.
- Arnus, H. S. (2018). Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah. *Jurnalisa*. 4 (1).
- Asrori, M. & M. Ali. (2004). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: P.T. Bumi Aksara.
- Astuti, Prida Ariani Ambar, dkk. (2011). Remaja Digital: Learn, Play, Socialize, Participate. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Auju, S.H., Gumi. L.R. (2022). Gambaran Interaksi Parasosial Pada Penggemar Idol Korea Di Kota Pariaman. *Socio Humanus*, 87-95.
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*. 11 (1).
- Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. *Journal of US-China Public Administration*, October 2014, Vol.11, No.10, 831-838. DOI: 10.17265/1548-6591/2014.10.003
- Booth, P. (2017). Digital Fandom 2.0: New Media Studies. In Peter Lang—Digital Formations(2nd ed., Vol. 114).
- Bozoglan, B. (2018). Psychological, Social and Cultural Aspek of Internet Addiction. United States of America: IGI Global.
- Budiargo, D. (2015). Berkomunikasi ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

- Camarinha, M., L. M., Paraskakis, I., & Afsarmanesh, H. (Eds.). (2009). *Leveraging Knowledge for Innovation in Collaborative Networks: 10th IFIP WG 5.5 Working Conference on Virtual Enterprises, PRO-VE 2009, Thessaloniki, Greece, October 7-9, 2009, Proceedings (Vol. 307)*. Springer.
- Darmawan, D. (2012). "Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi". Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Dayakisni, T., Hudaniah. (2015). *Psikologi Sosial. (Edisi Revisi)*. Malang. UMM Press.
- Dijk, J. V. (1999). *The Network Society*. California: SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi : Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fauziah, R. dan Kusuma, D. (2013). *Fandom K-pop Idol dan Media Sosial*. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*. 1-18.
- Firadian, C. (2021). *Proses Komunikasi Interpersonal Dalam Membangun Committed Romantic Relationship (Studi Pada Otaku Di Program Studi Sastra Jepang Universitas Brawijaya Malang)*. Undergraduate (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fitri, A. B. N., & Kusuma, A. (2021). *GIRL CRUSH DALAM BUDAYA POP KOREA*. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 204-217.
- Flew, Terry. (2008). *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. South Melbourne:Oxford University Press.
- Gerungan, W.A. (2006). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Gerungan. (2004). *Psikologi sosial*. Bandung: PT Reflika Aditama.

- Hasnawati. (2021). *Aktivitas Digital: Dampak Penerapan Pembelajaran Daring*. *Jurnal Literasi Digital*, 1(3), 148–154.
- Henderi, Yusuf, M., & Graha, Y. (2007). *Pengertian Media Sosial*. Jakarta:Kencana.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/ini-10-boyband-k-pop-favorit-orang-indonesia-menurut-survei-kic-zigi>. diakses pada 17 Februari 2023
- Indriani, N., & Kusuma, R. S. (2022). *Interaksi Sosial Fandom Army di Media Sosial Weverse*. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 206-226.
- Jessica. L. (2022) *Fanatisme Penggemar Idola Korean Pop BTS dalam Interaksi Parasosial melalui Media Sosial Weverse*. Bachelor thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). *More than K-pop fans: BTS fandom and activism amid COVID-19 outbreak*. *Media Asia*, 48(4), 338–345.
- Kozinets. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage Publication.
- Keipi, T., & Oksanen, A. (2014). *Self-exploration, anonymity and risks in the online setting: Analysis of narratives by 14–18-year olds*. *Journal of Youth Studies*, 17(8), 1097-1113.
- Kling, R., Lee, Y., Frankel, M.S. & Teich, A. (1999). *Assessing Anonymous Communication on the Internet: Policy Deliberations*. *Information Society*, 15 (2).
- Kojongian, M. K. (2022) *Pengaruh Brand Ambassador “Treasure” dan E-WOM Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image pada Aplikasi Ruangguru di Kalangan SMA*. Undergraduate thesis, Universitas Pembangunan Jaya.

- Kozinets. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage Publication.
- Kotler, P., Keller, L. K. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America : Pearson
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif)*. Jakarta: Kencana.
- Kusuma, A., Purbantina, A. P., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A virtual ethnography study: Fandom and social impact in digital era. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238-251.
- Kusuma, S. (2019). *Strategi Bisnis Perusahaan Hiburan Sebagai Instrumen Diplomasi (Studi Pada Perusahaan SM Entertainment di Korea Selatan) [skripsi]*. Malang(ID): Universitas Muhammadiyah Malang.
- Lastriani. (2018). *Fanwar: Perang antar Fans Idol K-Pop di Media Sosial*. *Jurnal Emik*. 1 (1).
- Moleong, J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta.
- Mackenzie, J. (2020). *Digital Interaction*. *The Routledge Handbook of English Language and Digital Humanities*.
- Maharddhika, P. A. (2022). *Komunikasi Impersonal Antara Idol Dan Fans (Dinamika Proses Komunikasi Pada Aplikasi LYSN SM Entertainment)*. Undergraduate thesis. Universitas Islam Indonesia.
- Mahardika, M., Maryani, E., & Rizal, E. (2022). *Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(1), 121-133.

- Malik, M., & Mujtaba, M. (2018). Impact of E-recruitment on effectiveness of HR department in private sector of Pakistan. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(2), 80-94.
- Mardiyanti, R. A., & Kusuma, A. (2024). Penggemar K-Pop sebagai Digital Author dalam Menulis Fan Fiction di Twitter. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 996-1017.
- McCaughey, M., & Ayers, M. D. (2003). *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. Routledge.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mohamed, Z. M., Majid. A., & Ahmad, N. (2010). Tapping new possibility in accounting research, in qualitative research in accounting, Malaysian case. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Mondry. (2008). *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hanan, M.S. (2021). *Interaksi Parasosial Antara Idol Dengan Penggemarnya (Studi Penggemar Boygroup K-Pop Seventeen)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasir, A., Muhith, A., Sajidin, M., & Mubarak, W. I. (2009). *Komunikasi dalam Keperawatan teori dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Medika.
- Nasrullah, R. 2017. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, F. (2022). Pengaruh Korean Wave, Parasocial Relationship, Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Noegroho, A. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173-186.
- Orita, A. & Hada. D. (2009). *Is That Really you?: An Approach to Assure Identity Without Revealing Real-name Online*. Japan.
- Partowisastro, R. (2003). *Perbandingan Konsep Diri Dan Interaksi Sosial Anak-Anak Remaja WNI Asli Dengan Keturunan Tionghoa*. Laporan Penelitian. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM.
- Pathak, J. P. (2014). Digital Activism through social media; its applicability in creating political awareness in India. *Journal of English Literature and Language*, 2(1), 1–17.
- Pearson, J dkk. (2006). *Human Communication Second Edition*. New York: McGraw Hill.
- Permata, R.S. (2023). *Motif Penggunaan Aplikasi NGL – Anonymous Q&A*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Pfitzmann, A., and M. Köhntopp. (2000). “Anonymity, Unobservability, and Pseudonymity: A Proposal for Terminology.” In *Anonymity*, edited by H. Federrath, 1–9. Berlin: Springer.
- Prasetyo, A. (2017). *Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial Siswa Kelas x SMK Kristen BM (Bisnis dan Manajemen) Salatiga Tahun Ajaran 2017/2018*. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Purbantina, A. P., Kusuma, A., & Rasyidah, R. (2022). Mapping Global Creative Value Chain for K-Pop Idol Industry: The Case of the BTS (2018-2020). *Graduate Review of Political Science and Public Administration Journal*, 1(1), 1-26.
- Putra, D. Y., & Achmad, Z. A. (2022). Interaksi Sosial Virtual dalam Permainan Among Us Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 163-176.

- Putra, F. W., Poppy, F. (2023). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/idol K-Pop dengan Para Penggemarnya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1649-1659.
- Putri, N. A. (2022). Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial. *Kalijaga Journal of Communication*, 171-192.
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1-25.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku konsumtif remaja perempuan terhadap trend fashion korea di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(03), 1-12.
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan parasosial di media sosial: Studi pada fandom army di twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45-58.
- Sadasri, M. L. (2021). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 147-162.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung
- Savitri, A. R. (2020). *Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi Content Analysis Penggemar K-Pop Pada Komunitas Once Kalimantan Selatan)*. (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Sendjaja, S. D. (2014). *Teori Komunikasi Edisi 3*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Septiansya, B.M. (2019). *Eksistensi Diri Remaja Penggemar Budaya K-Pop di Instagram (Studi Etnografi Virtual pada Fandom ARMY Jogja)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Sherly A.M. (2019). Perilaku Komunikasi Dunia Maya Penggemar K-POP (Studi Pada International Online K-POP Fandom). Tesis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Storey, J. (2010). Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta: Jalasutra
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosadakarya
- Sulianta, F. (2022). Netnografi : Metode Penelitian Etnografi Digital pada Masyarakat Modern. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suratnoaji, C., Arianto, I. D., & Sumardijjati. (2018). Strength map of presidential candidates 2019 in Indonesia based on a nodeXL analysis of big data from twitter. Asian Journal for Public Opinion Research, 6(1), 31–38.
- Syahputri, A., Arviani, H., Febrianita, R., & Achmad, Z. A. (2023). Netnography Study of Mental Health Disorder Discussion in the K-Pop Music Video among YouTube Users. *Metafora: Education, Social Sciences and Humanities Journal*, 7 (2), 15-29.
- Tomic, A., Lengel, L., & Thurlow, C. (2004). Computer mediated communication. *Computer Mediated Communication*, 1-272.
- Tofani, Z. A. (2022). Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi pada Interaksi Seventeen dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL) 1*, 349-358.

- Triwiarma, V. d. (2018). Perilaku Komunikasi K-Popers Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi V-Live Video Broadcasting (Studi Fenomenologi K-Popers Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi V-Live Video Broadcasting). *Jurnal Ilmiah Fe-Umm*, 12 (1), 81-93.
- Van Dijk, J. (2006). *The network Society (Social Aspects of New Media)*. London: SAGE Publications.
- Wahyuningtyas, V. N., & Kusuma, A. (2021). Interweaving identity and digital fandom social movements: A case study of the “BTS Army Indonesia Peduli Bencana”. *Simulacra*, 4(2), 247-259.
- Walgito, B. (2007). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wood, J. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktek*. jakarta:Salemba Humanika
- Wu Song, F. (2009). *Virtual Communities: Bowling Alone, Online Together*.
- Yoon, T., Jin, D., ed. (2017). *The Korean Wave*. London: Lexington Book.
- Zhang, K., & Kizilcec, R. (2014, May). Anonymity in social media: Effects of content controversiality and social endorsement on sharing behavior. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 8, No. 1, pp. 643-646).
- Zulfa, Y., & Junaidi, A. (2019). Studi Fenomenologi Interaksi Sosial Perempuan Bercadar di Media Sosial. *Koneksi*, 2(2), 635.