

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, E. O., & Kusuma, T. (2019). Analisis Komunikasi Antar Penggemar “Seventeen” sebagai “Cyberfandom” di Twitter Eza Okta Afifah, 2 Triarona Kusuma.” *MediaTor*, 12(1), 71–80.
- Agustiana, N. D., & Kusuma, A. (2023). Digital Activism pada Platform Komunitas Fandom: Studi Netnografi pada ARMY di Weverse (Digital Activism on Fandom Community Platform: A Netnographic Study of ARMY on Weverse). *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 14, 74–82. <https://doi.org/0.32505/hikmah.v14i1.6571>
- Ariffani, A., Nopriyanti, I., & Desti, S. (2021). ANALYZING MAIN AND SUBORDINATE CLAUSES IN THE WEVERSE MAGAZINE Irnella Nopriyanti. *MIMESIS*, 2, 131–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/mms.v2i2.425>
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicara, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *KOMUNIKASI DIGITAL*. Lakeisha.
- Bungin, B. (2023). *NETNOGRAPHY Social Media Research Procedure, Big Data & Cybercommunityu* (1st ed.). KENCANA.
- Cahyantika, A., Widya, Y., Sari, I., Saleh, A., & Firmansyah, M. G. (2023). Kecanduan K-Pop (Korean Pop) pada Remaja. *PROCEEDING CONFERENCE ON PSYCHOLOGY AND BEHAVIORAL SCIENCES*, 2(1), 271–275. <http://proceedings.dokicti.org/index.php/CPBS/index>
- Chung, A. (2018). *All About K-Pop Inside Stories behind K-pop’s Rise to Global Fandom*. Coal Harbour Publishing Ltd. www.coalharbourpublishing.com
- Cindy, A., & Rienadhy, D. (2022). Impression Management Komunitas Role player K-POP dalam Media Sosial Twitter. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*, 3(2), 79–88. <https://doi.org/10.21776/ub.t>
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). LITERATURE REVIEW ANALISIS DATA KUALITATIF TAHAP PENGUMPULAN DATA. *MITITA JURNAL PENELITIAN*, 1(3), 4–46.
- Firmando, H. B. (2021). *Sosiologi Kebudayaan: Dari Nilai Budaya Hingga Praktik Sosial* (1st ed.). CV. Bintang Media Semesta.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* (1st ed.). UMSIDA Press.
- Hasiana, R. R., Zein, D., & Gemiharto, I. (2024). Pemaknaan Pesan Dalam Perilaku Celebrity Worship Fandom Carat Di Aplikasi Weverse. *Telangke:Jurnal*

- Telangke Ilmu Komunikasi*, 6(1), 10–17.
<https://doi.org/10.55542/jiksohum.v6i1.942>
- 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>
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat* (1st ed.). Yogyakarta Pustaka pelajar.
- Indriani, N., & Kusuma, R. S. (2022). INTERAKSI SOSIAL FANDOM ARMY DI MEDIA SOSIAL WEVERSE. *Jurnal Komunikasi Global*, 11, 2022.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jkg.v11i2.25397>
- Jannah, E. U. U., & Muslichah, I. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Penggemar K-Pop untuk Mengunjungi Korea Selatan: K-Pop, Kedekatan Budaya, dan Keterlibatan Jangka Panjang. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(1), 37–64.
- Kartika, D. G. (2023). Kajian Literatur Pembentukan Identitas Fashion Remaja Indonesia Melalui K-Wave. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13, 82–100.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jipsi.v13i2.10976>
- Krisnawati, A. A. A. M. (2024). Tren Pengguna Teknologi Komunikasi Smartphone Terhadap Hubungan Pasangan Jarak Jauh. *Jurnal Sistem Teknologi Informasi (JSTI)*, 6(3), 71–88.
<https://journalpedia.com/1/index.php/jsti/article/view/2467>
- Kusumastuti, Juliardi, B., Sumilih, D. A., Andriani, N., Lubis, S. H., Novra, E., Oktaviani, E., Thahura, F., Jubaeli, A., Milia, J., Masluddin, Laksono, R. D., Taukhid, & Syafitra, V. (2025). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar* (1st ed.). CV. Mega Press Nusantara.
- Leading Music Artists on Korean Media Platform Weverse as of May 2024, by Amount of Members of.* (2024, September 9). Statista Research Department.
<https://www.statista.com/statistics/1379259/weverse-leading-artists-by-number-of-followers/>
- Malik, Z., & Haidar, S. (2023). Online community development through social interaction — K-Pop stan twitter as a community of practice. *Interactive Learning Environments*, 31(2), 733–751.
<https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1805773>
- Maros, M., & Basek, F. N. A. (2022). Building Online Social Identity and Fandom Activities of K-pop Fans on Twitter. *3L: Language, Linguistics, Literature*, 28(3), 282–295. <https://doi.org/10.17576/3L-2022-2803-18>
- Moleong, L. J. (2017). *METODOLOGFI PENELITIAN KUALITATIF* (36th ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.

- Morissan. (2019). *RISET KUALITATIF* (1st ed.). KENCANA.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (1st ed.). KENCANA.
- Nasrullah, R. (2018). *KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: DI ERA BUDAYA SIBERIA*. KENCANA.
- Nasrullah, R. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DIGITAL Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi* (1st ed.). KENCANA.
- Nugroho, C. (2020). *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (1st ed.). KENCANA.
- Pranajaya, S. A., Astuti, S. W., Tendi, Pramudito, A. A., Multahada, E., Rachman, N., Afriyani, F., Ramadhani, A. M., & Simarmata, N. (2023). *Psikologi Sosial: Konsep dan Implementasi*. Get Press Indonesia.
- Pratita, P. B., & Yuliana, N. (2023). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial FENOMENA BUDAYA K-POP TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL REMAJA. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2, 2023–2054. <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i8.1361>
- Putra, A. K. (2023). Analisis Komunikasi Virtual Youtuber dalam Kacamata Baudrillardian. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.62180/paz0a861>
- Putra, W. F., & Febriana, P. (2022). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 1649–1659. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1263>
- Rizqiyah, N., & Marzuki, M. E. (2023). INTERAKSI SIMBOLIK ANTARA PENGGEMAR DENGAN IDOL K-POP BANGTAN BOYS STUDI FENOMENOLOGI PADA PLATFROM WEVERSE. *JSL Jurnal Socia Logica*, 3(2), 248–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/sociallogica.v3i3.911>
- Rumahuru, Y. Z. (2018). RITUAL SEBAGAI MEDIA KONSTRUKSI IDENTITAS: Suatu Perspektif Teoretisi. *Jurnal Pemikiran Islam Dan Ilmu Sosial* |, 11(01), 22–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.33477/dj.v11i1.1230>
- Samosir, S. L. (2023). *Apa Itu Wverse, Aplikasi Fandom BTS yang Bisnis Kreatif Wajib Ketahui*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/apa-itu-weverse-aplikasi-fandom-bts-yang-bisnis-kreatif-wajib-ketahui#:~:text=4.%20Selain%20BTS%2C%20Ada%20Banyak,bagi%20konsumen%20ya%20Sahabat%20Wirausaha>
- Sandi, A. N., & Febriana, P. (2023). SADFISHING: STUDI NETNOGRAFI PADA KONTEN DENGAN TAGAR #RUMAHKOKKAYU DI TIKTOK. *Jurnal*

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Kostruktif* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)* (1st ed.). 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/https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.16602>
- Sunata, I. (2023). Kajian Tentang Komunikasi dan Budaya. *Journal of Da'wah*, 2, 100–131.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI Dengan Pendekatan Kuantitatif* (1st ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Theses, C., & Tinaliga, B. (2018). “At War for OPPA and Identity”: Competitive Performativity among Korean-Pop Fandoms.
<https://repository.usfca.edu/capstone>
- Tofani, A. Z. (2023). Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, 1, 349–357.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2382>
- Ulandari, K. V., & Rohmah, A. N. (2024). Hubungan Parasosial Army di Weverse (Studi Pada Komunitas Army Balikpapan). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(2), 1442–1458.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.695>
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Wiarto, G. (2022). *Memahami Pribadi Remaja*. Guepedia.
- Zain, L. (2023). *Cara Menggunakan Weverse untuk Nonton Konten Idola, Gratis Lho!* <https://www.idntimes.com/tech/trend/laili-zain-damaika-1/cara-menggunakan-weverse-1?page=all>
- Zuniananta, L. E. (2021). PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INFORMASI DI PERPUSTAKAAN. *Jurnal Ilmu*

Perpustakaan, 10, 37–42.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/40240>