

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Y. A. (2022). *Alternative Universe (AU) di Twitter Jadi Primadona Baru dalam Dunia Fan-Fiction, Apa Sisi Positif dan Negatifnya*.  
<https://mahasiswaindonesia.id/alternative-universe-au-di-twitter-jadi-primadona-baru-dalam-dunia-fan-fiction-apa-sisi-positif-dan-negatifnya/>
- Aisyah, P. (2022). *Penggunaan Face Claim Idol Korea Akankah Bertahan Lama di Dunia Sastra Populer Indonesia?* Kompasiana.Com.  
<https://www.kompasiana.com/putriaisyah8523/62b8834409e13d28fb7bc1b2/penggunaan-face-claim-idol-korea-akankah-bertahan-lama-di-dunia-sastra-populer-indonesia>
- Annur, C. M. (2022). *KIC: Mayoritas Indonesia Dengarkan Musik & Tonton Drama Korea hingga 3 Jam Per Hari* (p. 1).  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- AU, Cara Kreatif untuk Halu buat Penggemar Idol*. (2022). Sindonews.Com.  
<https://gensindo.sindonews.com/read/664057/700/au-cara-kreatif-untuk-halu-buat-penggemar-idol-1642816864>
- Auliya, F., & Qodariah, S. (2018). Studi Deskriptif Mengenai Interaksi Parasosial Pada Wanita Dewasa Awal Di Komunitas Army Bandung. *Jurnal Psikoogi*, 95–101.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Baharani, S., Program, M., Fakultas, P., & Indonesia, U. (2022). *Komersialisasi Ciptaan Fiksi Penggemar ( Fan-Fiction ) Dalam Undang-Undang Hak Cipta Indonesia*. 6(2), 2567–2576.
- Cahyanti, L., & Dermawan, T. (2021). Transformasi Tokoh Fanfiction Kpop dalam Novel My Lord Karya Ellina Exsli: Kajian Dekonstruksi Derrid. *JoLLA*:

- Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.17977/um064v1i12021p1-14>
- Chart, K. (2021). *Penggemar AU Banjiri Kolom Komentar Doyoung Dengan “Dikta”, Fans NCT Protes.*
- Chen, L., Chen, G., Ma, S., & Wang, S. (2022). Idol Worship: How Does It Influence Fan Consumers’ Brand Loyalty? *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–14.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.850670>
- CNN Indonesia. (2022a). Indonesia Jadi Negara dengan K-poper Terbesar di Twitter. In *Cnnindonesia.Com*.  
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter/2>
- CNN Indonesia. (2022b). *Serupa tapi Tak Sama Fanfiction dan AU.*
- Datareportal. (2023). *Digital 2023 Indonesia.*
- El Farabi, Q. N. S. (2020). Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 34–52.  
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1267>
- Erickson, S. E., & Dal Cin, S. (2018). Romantic Parasocial Attachments and the Development of Romantic Scripts, Schemas and Beliefs among Adolescents. *Media Psychology*, 21(1), 111–136.  
<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1305281>
- Farhanah, N., & Yanti, P. G. (2022). Perbandingan Resepsi Pembaca Terhadap Novel Dikta Dan Hukum Karya Dhia’an Farah Dalam Aplikasi Twitter Dan Goodreads. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 5(2).
- Fistanto, R. A., Fitri, M., Kusmaedi, N., & Hamidi, A. (2022). Studi Komparasi Loyalitas Fans Sepakbola Di Indonesia Dan Korea Selatan (Survey Terhadap

- Fans Sepakbola Liga I Indonesia Dan Liga I Korea Selatan). *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 11(2), 94–107. <https://doi.org/10.17509/image.v11i2.49086>
- Fitriani, W. R., Mulyono, A. B., Hidayanto, A. N., & Munajat, Q. (2020). Reviewer's communication style in YouTube product-review videos: does it affect channel loyalty? *Heliyon*, 6(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04880>
- Giles, D. C. (2002). *Parasocial Interaction : A Review of the Literature and a Model for Future Research*. 279–305.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Jayanti, N. L. P. L., Febriani, N. M. I., & Indrawati, A. A. M. (2023). Alternative Universe Bagi Generasi Z Dalam Meningkatkan Minat Literasi Peran Generasi Z Dalam Meningkatkan Budaya Literasi Untuk Mewujudkan Generasi Emas. *PROSIDING PEKAN ILMIAH PELAJAR*, 3, 247–254.
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2012). *Pengukuran Psikologi: Prinsip, Penerapan, dan Isu* (7th ed.). Salemba Humanika.
- Karhulahti, V. M., & Välisalo, T. (2021). Fictosexuality, Fictoromance, and Fictophilia: A Qualitative Study of Love and Desire for Fictional Characters. *Frontiers in Psychology*, 11(January), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.575427>
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction

- between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*, 111. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>
- Maharani, A. D. M., & Rahmasari, D. (2022). Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Penggemar BTS (Bangtan Boys). *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 9.
- Mengenal Istilah Cowok AU dan Bahasa Gaul Anak Muda Lainnya. (2023). Kumparan.Com. <https://kumparan.com/info-psikologi/mengenal-istilah-cowok-au-dan-bahasa-gaul-anak-muda-lainnya-20rLywzcSKV>
- Oliver, R. L. (2014). *Whence Consumer Loyalty ?* 63(1999), 33–44.
- Parnawi, A. (2019). Psikologi Belajar. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Pertiwan, I., & Paramita, S. (2023). Perilaku Parasosial Penggemar Karakter Anime Jepang. *Koneksi*, 7(1), 240–247. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21296>
- Pick, D. (2021). *Psikoanalisis*. IRCiSoD.
- Picón, A., Castro, I., & Roldán, J. L. (2014). The relationship between satisfaction and loyalty : A mediator analysis ☆. *Journal of Business Research*, 67(5), 746–751. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.038>
- Putra, E. T. (2018). *Analysis Of Factors That Affect The Loyalty Of Employee Of*. 6(3), 314–321.
- Ramadhani, A. H. (2021). *Ladang Cerita AU*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/ameliahalfa/ladang-cerita-au-1x4o8wtzc4r/full>

- Riona, J., & Krisdinanto, N. (2021). Ketika Fans ‘Menikahi’ Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS. *Avant Garde*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1304>
- RNM, E. K. M., & Rachmani, T. N. (2022). Pengaruh Fiksi Penggemar Alternative Universe (AU) Dalam Meningkatkan Minat Baca Remaja Indonesia. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1), 37–55. <https://doi.org/10.15408/dialektika.v9i1.25282>
- Sadida, Q., & Suryanto. (2022). Interaksi Parasosial Pada Remaja: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis. *Berajah Journal Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, 2(3), 679–688. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i3.146>
- Sari, M. P., Purwanti, S., & Nurliah. (2022). Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop Di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Pada Fandom EXO-L Samarinda). *Mediakom*, 5(2), 145–164. <https://doi.org/10.32528/mdk.v5i2.7876>
- Sari, R. Y. (2022). *Fenomena AU di Twitter dalam Budaya Fangirling K-Pop*. Zenius.Net. <https://www.zenius.net/blog/fenomena-au-di-twitter>
- Sauro, S. (2020). *9 Fan Fiction and Informal Language Learning*.
- Schramm, H., & Hartmann, T. (2008). *The PSI-Process Scales : A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes*. 33(4), 385–401. <https://doi.org/10.1515/COMM.2008.025>
- Setyanto, Y., Winduwati, S., & Utami, L. S. S. (2017). Early Adolescent Behavior on Media Toward Idol Figure (Parasocial Study on Preliminary Youth as an Effect of New Media). *International Journal of Communication and Media Studies*, 7(2), 1–14. <https://doi.org/10.24247/ijcmsjun20171>
- Siahaan, C. (2023). Edukasi Interaksi Parasosial terhadap Budaya K-Pop di Kalangan

- Anak Muda. *Prosiding Nasional IMPOLA LENDT, 1*, 77–89.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumirna, W. O., Maulana, H. F., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Muhammadiyah, U., & Baubau, B. (2023). *Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop*. 8(3).
- Syafrina, D., Permatasari, D. P., & Dara, Y. P. (2016). Parasosial dan Romantic Beliefs: Studi pada Penonton Serial Drama Korea. *Mediapsi*, 02(02), 16–22. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.02.3>
- Syuri. (2022). *Mari Mengenal Definisi dan Istilah-Istilah Fanfiction*. Bacaterus.Com. <https://bacaterus.com/definisi-dan-istilah-fanfiction/>
- Tukachinsky, R. (2010). *Para-Romantic Love and Para-Friendships : Development and Assessment of a Multiple- Parasocial Relationships Scale Para-Romantic Love and Para-Friendships : Development and Assessment*. 3, 73–94.
- Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Samarinda. *Management Studies and ...*, 4(2), 2160–2172.
- Wulandari, W. D. (2021). Using fan fiction as reading material for tenth grader. *RETAIN (Research on English Language Teaching in Indonesia)*, 9(3), 102–108.
- Zahra, S. N., & Yuliana, G. D. (2022). *Hiperrealitas K-Popers Terhadap Original Character Role Player ( OCRP ) Fanfiction di Twitter The Hyperreality Of Kpopers To Original Character Role Player Fanfiction on Twtter*. 1(2).

Zhang, X., Liu, L., Zhao, X., Zheng, J., Yang, M., & Zhang, J. (2015). *Towards a Three-Component Model of Fan Loyalty : A Case Study of Chinese Youth*. 1–16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0124312>

