DAFTAR PUSTAKA

Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.

Ambar. (2024). Kajian pustaka: Komunikasi virtual dalam game online. Universitas Pasundan.

Anggara, R., & Kristiana, I. F. (2017). Pengalaman fanatisme pada penggemar AKIHABARA (AKB) grup. Jurnal Empati, 6(2), 91-97.

Burdick, J., & Sandlin, JA (2021). Into the UpsideDown: Pedagogi konspirasi, kritik, dan kiamat pengungkapan. *Jurnal Pedagogi Publik* , (6), 9-23.

Dalmeda, M. A., & Elian, N. (2017). Makna tradisi Tabuik oleh masyarakat Kota Pariaman (Studi deskriptif interaksionisme simbolik). *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, *18*(2), 135-150.

Dinar, R. E., Abidin, Z., & Rifai, M. (2022). Fan Culture dan Perkembangan Kreativitas Remaja KPopers. *Jurnal Politikom Indonesiana*, *7*(1), 113-129.

Fadilla, N. (2023). *INTERAKSI SOSIAL PENGGEMAR BOY GROUP NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT) DALAM MEMBINCANGKAN IDOLA DI MEDIA SOSIAL TWITTER* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).

Handayani, P. M. (2013). Motivasi Anak Memilih Menjadi Anggota Komunitas Punk.

Harahap, S. W., Ginting, R. R. B., Rasyidin, M., & Sahputra, D. (2021). Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi. Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 3(1), 106-114.

Hasbullah, H., & Haritman, E. (2006). Implikasi Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pengembangan Pendidikan di Indonesia. *In* Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI).

Hidayatulloh, N. (2023). Interaksi Parasosial Idol NCT dalam Membangun Kedekatan dengan NCTzen. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*, *1*, 277-287.

Iffah, F. F. (2017). Landasan teori: Motivasi dan pembelajaran. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Iskandar, F. A., Laksmi, L., Irawati, I., & Wijayanti, L. Perilaku informasi penggemar grup k-pop NCT Dream di media sosial Twitter. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, *20*(1), 62-74.

Khuryati, A., Putra, Y. A., Meilizia, D. R., Nuraliza, S. M., Fadillah, H., Nurkhalisah, N., & Kaharudin, M. J. (2023). Penguatan Etika Bermedia Sosial Dalam Kalangan Pelajar Di Era Society 5.0. *Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah*, *3*(2), 165-181.

Kurniawati, R., Santosa, H. P., & Lukmantoro, T. (2013). Kecemasan Komunikasi (Communication Apprehension) Fans dalam Interaksi Langsung dengan Idola. *Interaksi* , *1*(3).

Mas, S. R., & Haris, P. I. (2020). Komunikasi dalam Organisasi: Teori dan Aplikasi. Gorontalo: UNG Press Gorontalo.

Mulyana, D. (2017). *Membongkar budaya komunikasi*. Rosda. 19:19

Noerman, T. S. Z., Masitoh, S., & Prayitno, Y. (2022). IMPRESSION MANAGEMENT PENGGUNA FAN ACCOUNT DI TWITTER. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *12*(2), 1-15.

Nugroho, O. C. (2016). INTERAKSI SIMBOLIK DALAM KOMUNIKASI BUDAYA (Studi Analisis Fasilitas Publik Di Kabupaten Ponorogo). *ARISTO*, *3*(1), 1-18.

Poethrycendrawan, K., & Utami, L. S. S. (2022). Pola Komunikasi Kelompok Penggemar NCT Pada Media Sosial Twitter. *Koneksi*, *6*(2), 374-379.

Puspita, R., Suciati, T. N., Fairuza, A., & Fadillah, I. (2021). Interaksi selebritas dan penggemar dalam fan meeting melalui media sosial berbasis video TikTok. Laporan Penelitian Mandiri. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Rachmad Rinata, A., & Indra Dewi, S. (2019). Fanatisme penggemar K-pop dalam bermedia sosial di Instagram. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 13-23.

Razali, G., & Kom, M. I. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi, Hakikat dan Unsur-Unsur Komunikasi. Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik, 1.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif Kualitatif dan R&D*