

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail. (2015). Komunikasi 2 Arah Antara Karyawan dan Atasan. *Jurnal Tematik*.
- Adi, G. K. (2019). *KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ahmadi, M. (2015). *Strategi Belajar-Mengajar Keterampilan Berbahasa*.
- Aini, S. (2019, September Rabu) NCT 127 Raih Penghargaan Khusus di Indonesia Television Award 2019. Retrieved Maret Minggu, 2021, from tirto.id: [http://www/google.co.id/amp/s/amp.tirto.id/nct-127-raih-penghargaan-khusus-di-indonesia-television-award-2019-eiJD](http://www.google.co.id/amp/s/amp.tirto.id/nct-127-raih-penghargaan-khusus-di-indonesia-television-award-2019-eiJD).
- Anwar, Dr. Citra Rosalyn. "Mahasiswa Dan K-POP." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2018).
- Amrullah, I. & Martha T. L. (2016). Analisis gaya hidup anggota komunitas korea Hansamo Bandung. *Journal e- Proceeding of Management*, 3 (3), 3975-3982.
- Bahasa, J. I. dan. (2017). KOMUNITAS ANTARA FANDOM KOREAN POP DI SOSIAL MEDIA TWITTER. *Indah, Santi*.
- Beers, R (2015). Disidentifying with Fan Culture Narratives: A Case Study on EXO Anti-fans in K-Pop Fandom in the Digital Era. MA Asian Studies (Politics, Society & Economy).
- Begini 7 perilaku fanatik penggemar k-pop. (2015). Diambil pada tanggal 1 Februari 2018, dari <https://seleb.tempo.co/read/702860/begini-7-perilaku-fanatik-penggemar-k-pop/>
- Azmi, N. (2015). Potensi emosi remaja dan pengembangannya. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 2 (1), 36- 46
- Bhaskara, I. (2019). *Hubungan Diplomatik : Mengapa Semakin Banyak Warga Korsel Belajar Bahasa Indonesia*.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2018). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 167-170

- Camang, R. (2021). *Kontrol Diri Penggemar Kpop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin*.
- Chelsea. (2019). Analisis Fandom Kpop pada Universitas Lampung. *Repository Universitas Lampung*.
- Chung, E., Beverland, M.B., Farrelly, F., et al. (2008). Exploring consumer fanaticism: extraordinary devotion in the consumption context. *Journal of Advances in Consumer Research*, 35(4), 333-340.
- Dini, C., & Yulia, P. (2019). *Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling*. Atlantis Press.
- Duffet, M. (2013). *Understanding Fandom: an Introduction to The Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury
- Dzakkiyah, N. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial. *Jurnal Penelitian Humaniora*.
- Eliani. (2018). Fanatisme Dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial Pada Penggemar Idola K-Pop. *Research Gate*.
- Fitria, V., Al Giffari, H. A., Al Falah, D., & Razin, M. Z. (2021). Analyzing the practice of South Korea's public diplomacy in Indonesia: An approach with communication pyramid of public diplomacy. *Journal of Social Studies (JSS)*, 17(2), 197–220. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i2.42479>
- Goach. (2008). The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom. *Georgia Institute of Technology*.
- Henry, & Jenkins. (2013). *Gender and Fans Culture (Round Fifteen, Part Two: Bob Rehak and Suzanne Scott)*.
- Jannah, M. (2014). Gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memiliki fanatisme k-pop di samarinda. *eJournal Psikologi*, 2 (2), 182-194.
- Khairani, A. M. (2019). *Perilaku Komunikasi Fans Fanatik pada Komunitas NCTzen Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Fans Fanatik pada Komunitas NCTzen Bandung dalam Mendukung Boygroup NCT)*. Bandung:UNIKOM.

- KOCIS. (2011). *K-pop: A new force in pop music*. Korean Culture and Information servis. Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Kumparan. (2017, Januari Jumat). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja*. Retrieved Februari 31, 2021, from m.kumparan.com: <https://kumparan.com/@kumparank-pop/fanssatisme-fans-k-pop-candu-dab-bumbu-remaja>
- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif Pengguna Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Cakrawala*, 63-71
- Mahfiza, I. (2018). EFEK KPOP PADA PERILKU KOMUNITAS ARMY MEDAN BORAHAE. *JISOS: Jurnal Ilmiah Sosial*.
- Mar'a, K. (2021). Fenomena Korean Wave di Indonesia. *Repository Universitas Gadjah Mada*.
- Marimaa, K. (2011). The many faces of fanaticism. *Journal ENDC Proceedings*, 14, 29-55.
- Maulidia, A. (2020). Korean Wave Sebagai Budaya Konsumerisme Milenial di Era New Normal. *Budaya Press*.
- McCudden. (2013). Degrees of Fando: Authenticity & Hierarchy In The Age of communication Studies. *Kansas: U.S.A.P.*
- Meleong, L. (2014). *Buku Meleong*.
- Muhammad, D. (2017). Komunikasi Kelompok Dalam Lingkungan Universitas Karawang. *Repository Universitas Karawang*.
- Mukarom, Z. (2021). Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 127-138
- Okta, E. (2018). Analisis Komunikasi Antar Penggemar “Seventeen” Sebagai

“Cyberfandom” di Twitter. *Ejournal Unisba*.

Pradata, H. A. (2019). Sebuah Studi Psikologis Terhadap Proses Idolisasi Remaja Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop). *Jurnal Insight Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 341-352.

Putri. (2019). KOREAN WAVE DALAM FANATISME DAN KONSTRUKSI GAYA HIDUP GENERASI Z. *NUSA, Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*.

Ramadhani. (2019). Motivasi dan Perilaku Penggemar Koren Pop di Medan. *UMSU REPOSITORY*.

Rima, Lady. (2015). Fenomena fanatisme di Komunitas Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2.

Sabila, Z. (2013). Penggemar Budaya KPOP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya Kpop Pada Fandom EXO-L. *Repository Universitas Airlangga*.

Seregina. (2011). Fanatisme Penggemar KPOP Melalui Media Sosial. *Journal of Aalto University School of Economics*.

Storey. (2014). *Analisis Deskriptif Penggemar Kpop*.

Wijayanti, A. (2016). Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave. *Komunikasi : Jurnal Komunikasi*.

YNHW. (2018). *Teknologi informasi & komunikasi dalam pendidikan*.

Yohana, E. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif. *PSIKOBORNEO Jurnal Ilmiah Psikologi*.