

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Rahim, A. (2019). Online fandom: social identity and social hierarchy of Hallyu fans. *Journal for Undergraduate Ethnography*, 9(1), 65–81.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adhrianti, L., & Putra, H. R. E. (2022). PERANAN KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS KRACER KOTA BENGKULU DALAM MENJALIN KEBERSAMAAN ANTAR ANGGOTA KELOMPOK. *KALODRAN (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 1(1), 47–52.
- Ahmad, A., & Chowdhury, D. (2022). A Review of Effective Communication and Its Impact on Interpersonal Relationships, Conflict Resolution, and Decision-Making. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 24, 18–23.
- Crow, G., & Allan, G. (1994). *Community Life: An Introduction to Local Social Relations*. Routledge.
- Daftar 25 Nama Fandom Grup Musik KPop Beserta Artinya – *BookMyShow Indonesia*. (n.d.). Retrieved June 20, 2025, from <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/2020/08/04/daftar-25-nama-fandom-grup-musik-kpop-beserta-artinya/>
- Devito, J. A. (2012). *Human Communication: The Basic Course* (13th ed.). Pearson.

- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201.
- Fatimah, T. (2024). Perilaku Konsumtif pada Penggemar K-Boygroupp Seventeen (Carat) di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 5, 245–258. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.982>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A First Look at Communication Theory* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Horasman, K., Fauziyah, A. R., & Siahaan, C. (2024). Analisis Penggunaan Media Online Kvibes di Kalangan Penggemar Korean Pop (K-Popers). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 42–52.
- Juwita, R., & Nurnisya, F. Y. (2023). Analysis of Celebrity Worship Behavior in the Lifestyle of K-POP Fans in the Seventeen Fandom in Yogyakarta. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 1920–1928.
- Kertajaya, H. (2008). *Marketing in Venus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Mafazania, A. (2024). Peran Idola K-POP Seventeen dalam Meningkatkan Self-Esteem dan Self-Forgiveness pada Mahasiswi Usia Dewasa Awal. *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(06), 35–41.

- Mukhopadhyay, M. (2023). A Concept Note on Symbolic Convergence Theory. *IUP Journal of Soft Skills*, 17(3), 5–16.
- <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=a2c31bb6-e2a4-33de-ac80-09c837b21c9a>
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pramesthi, J. A., Fahrezi, R. R., & Pradana, Y. (2024). Fan Loyalty, Event Marketing dan Pengaruhnya terhadap Brand Image:(Studi pada Fans KPop). *Communicator Sphere*, 4(1), 39–56.
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). *Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya*. 12.
- Ramadhania, A. F., Setyaningrum, I., & Kartikasari, C. Y. (2023). Pola Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Mengikuti Event K-Pop. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(10), 5982–5993.
- Ramadhanti, N. Z., Rahmawati, N., & Niko, N. (2025). The dynamics of Carat Indonesia’s solidarity in anonymous interactions on X. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(4), 13–25.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Suryadi, I. (2010). Teori Konvergensi Simbolik. *Academica: Majalah Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(2).
- Tertiano, R. F., & Salehudin, I. (2023). Fandom Power: Examining Customer Engagement, Attitudes, and Purchase Intentions in K-Pop Fandom-Brand Collaborations. *ASEAN Marketing Journal*, 15(1), 2.

- Utami, D., & Marnelly, T. R. (2025). Fenomena Budaya K-Pop pada Pola Konsumsi Fandom Carat (K-Boygroupp Seventeen) di Kota Pekanbaru. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(1), 9.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214.
- Wahyono, E. (2018). Komunikasi Kelompok (Studi Dialog Komunitas dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan). In *Nyimak Journal of Communication* (Vol. 2, Issue 2).
- Wood, J. (2018). *Communication Mosaics* (8th ed.). Cengage.
- Yanti, Y., Ginting, E., & Farid, M. M. (2024). Jurnal Ilmu Komunikasi Yul Yanti:(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PENGGEMAR RED VELVET DAN PENGGEMAR BLACKPINK). *JSIKOM*, 3(2).
- Yoon, K. (2019). Beyond Being a Fan: Authenticity & Devotion of Kpop. *Communication and the Public*, 7(4), 188–201.  
<https://doi.org/10.1177/20570473221136667>
- Zaini. (2023). GLOBALISASI MUSIK POPULER KOREA (K-POP) DALAM KONTEKS INDUSTRI BUDAYA. *MULTIKULTURA*, 26(3). <https://doi.org/10.7454/multikultura.v2i3.1059>