

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2013). *Teori komunikasi media massa*. Teori Komunikasi Media Massa, 1996, 1. <http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA.pdf>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu*. Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Ahmad, M. Y., Irwan, I., Ruhamah, R., Jannah, N. I., Hasanah, I., & Arabi, R. F. (2024). *Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh*. Jurnal Adabiya, 26(1), 110. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi*. Jurnal Pilar, 14(1), 15–31.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Arifta, Z., & Aulia, P. (2023). *The Influence Of Brand Image On The Purchase Decision Of ShopeePAY Services In Telkom University Students*. 10(1), 90–97.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif*. Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif, 1, 130.
- Belkin, N. J. (1980). *Anomalous State of Knowledge As a Basic For Information Retrieval*. The Canadian Journal Of Information Science.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication. Sosial Media, 13, 210-230.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana, 9(1), 140-157.
- Cantika, I., & Ary, M. (2023). *Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Platform Fan Community Weverse Menggunakan Technology Acceptance*

- Model(Tam)*. Jurnal It, 12(3), 160–167. <https://doi.org/10.37639/jti.v12i3.221>
- Chan-Olmsted, S. M., Cho, M., & Lee, S. (2013). *User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*. Volume: 4 – Issue: 1 – January - 2014. 185–215.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Databoks. (2022). *K-pop vs K-drama, Mana Yang penggemarnya Lebih Banyak?*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/24/k-pop-vs-k-drama-mana-yang-penggemarnya-lebih-banyak>
- Databoks. (2022). *Survei Jakpat: Musik K-Pop Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-Laki*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/16/survei-jakpat-musik-k-pop-lebih-disukai-perempuan-ketimbang-laki-laki>
- DataIndonesia.id. (2023). *Daftar Genre Musik Favorit Masyarakat Indonesia pada 2023*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-genre-musik-favorit-masyarakat-indonesia-pada-2023>
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Egsaugm. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Environmental Geography Student Association. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Fajrie, M. (2015). *Analisis Uses and Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah*. Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman, 4(1), 19–34. <https://journal.ipmafa.ac.id/index.php/islamicreview/article/view/87>
- Feeded. (2023). *Aplikasi Khusus Kpopper Untuk Berkomunikasi Dengan Idol*. <https://feedeed.com/aplikasi/aplikasi-khusus-kpopper/>
- Freitas, I. L. L. de. (2022). *Social media platform features and artist-fan engagement in K-pop phenomenon*. Oportunidades e Desafios Da Administração Contemporânea 3, January 2022, 52–57.

<https://doi.org/10.47573/aya.5379.2.58.4>

- Generali. (2024). *Pengaruh Budaya Korea Asing Masuk ke Indonesia Terhadap Budaya Lokal*. <https://www.generali.co.id/id/healthyliving/healthy-wealth/pengaruh-budaya-korea-asing-masuk-ke-indonesia-terhadap-budaya-lokal>
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- GoodStats. (2022). *Deretan Negara Dengan fans K-pop terbanyak, Indonesia Nomor Satu*. <https://goodstats.id/infographic/deretan-negara-dengan-fans-k-pop-terbanyak-indonesia-nomor-satu-AIQ3Y>
- Guha. (1978). *Documentation and information : services, techniques and systems*. Calcutta : The World Press Private Limited.
- 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>
- Gunshaputra, A., & Anggraini, R. (2020). *Pengaruh program acara televisi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat pondok labu*. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, Vol. 2 No.1, 23.
- Hariadi, D. P. S., & Rahmawati, A. (2022). *Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop*. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 6 (September), 3680–3691.
- Hasan, I. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara

- Himakom. (2023). *Apa Rahasia Dibalik Tren K-Pop Yang Mendunia? – Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. <http://himakom.student.uny.ac.id/apa-rahasia-dibalik-tren-k-pop-yang-mendunia/>
- Hollows, J. (2000). *Feminisme Feminitas & Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Horasman, K., Fauziyah, A. R., & Siahaan, C. (2024). *Analisis penggunaan media online kvibes di kalangan penggemar korean pop (k-popers)*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 42–52.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). *Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*. *Psychiatry*, 19(3), 215- 229.
- Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., Sadewa, P., Ajimat, & Purnomo, L. I. (2020). *Statistik Deskriptif*. Unpam Pess.
- Jang, H. (2021). *A Study on the Effects of Digital Media's Network Attributes on Participatory Behavior: Focused on the Openness and Bonding of the A.R.M.Y Network*. *Journal of Digital Contents Society*, 22(4), 619–627. <https://doi.org/10.9728/dcs.2021.22.4.619>
- Jinyoung, P. (2023). *Studies of K-pop fandom culture : User experience and motive research of subscription app "Bubble"* 0. 0–64.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19-31). Beverly Hills: Sage Publications.
- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). *Effects of Online Fan Community Interactions on Well-Being and Sense of Virtual Community*. *Behavioral Sciences*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/bs13110897>
- Kim, R. (2019). *Weverse, K-pop community app design*. <https://www.rachelkimy.com/weverse>

- Kumparan. (2023). *Mengenal Weverse, Aplikasi Yang populer di Kalangan fandom K-pop*. <https://kumparan.com/ragam-info/mengenal-weverse-aplikasi-yang-populer-di-kalangan-fandom-k-pop-20meVxJgzUG/2>
- Lieharja, J. (2022). *Fanatisme Penggemar Idola Korean Pop BTS dalam Interaksi Parasosial melalui Media Sosial Weverse*. Thesis.
- Lolang, En. (2014). *Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif*. Jurnal Kip, 3(3), 685–696.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran*. Edisi ke empat jilid I. Jakarta: Indeks.
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). *Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar Kpop*. JRK (Jurnal Riset Komunikasi), 13(1), 65. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.14737>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Miftakurjana, I. (2023). *Terkikisnya Budaya Islam bagi Remaja Melalui Korean Wave (Studi Kasus Social Media , Tik Tok)*. Proceedings of International Conference on Islamic Civilization and Humanities, Vol.1(No.1 (2023)), 313–320. <https://proceedings.uinsby.ac.id/index.php/iconfahum/article/view/1324>
- Muhammad. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: UPFE, UMY.
- Mulyono. (2019). *Analisis Regresi Sederhana*. bbs.
- Musfiqon. (2012). *Pengembangan Media Belajar Dan Sumber Belajar*. Jakarta : Prestasi Pustakakarya.
- Nadiyya, C., & Muyasaroh, S. (2023). *Pengaruh Media Sosial Weverse Bts Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afeksi Pada K-Pop Fandom Army*. Jurnal Socia Logica. <https://doi.org/10.572349/sociallogica.v3i3.913>
- Naning, S. (2022). *Media Sosial Dan Budaya Selebriti Milenial Di Instagram*. ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 13(1), 44. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.9502>
- Nicholas, D. (2000). *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concept*

For the Internet Age. Ed. 2. London: Aslib.
doi:<https://doi.org/10.4324/9780203403>

- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*. *Jambura Journal of Mathematics*, *1*(1), 43–53.
<https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Park, S., Jo, H., & Kim, T. (2023). *Platformization in Local Cultural Production: Korean Platform Companies and the K-Pop Industry*. *International Journal of Communication*, *17*, 2422–2443. <http://ijoc.org>.
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). *Kesetiakawanan Fans K-Pop Di Era Digital the Solidarity of K-Pop Fans in the Digital Era*. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, *43*(2), 187–194.
- Purba, H., Utami, K., Aristi, S. M., & Soetandijo, V. J. (2023). *Menganalisa Perkembangan Budaya Korea Dan Pengaruhnya Di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur*. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, *4*(1), 110–123.
<https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.696>
- 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>
- Putra, Y. M. (2015). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Fe)*. *E-Proceeding of Management*, *2*(1), 148–155.
- Putri, A. K. (2020). *Perilaku Penelusuran Informasi tentang Musik K-Pop di Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*. Universitas Raharja. <https://raharja.ac.id/2020/10/18/batasan-masalah/>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. *ProTVF*, *3*(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2014). *ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN SOCIAL MESSENGER DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014*

- (Studi Kasus : LINE, KAKAOTALK, WECHAT, WHATSAPP). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.356>
- Qomari, R. (2008). *Pengembangan Instrumen Evaluasi Domain Afektif*. *Jurnal Pemikiran Alternatif Pendidikan*, Vol. 13, No. 1, 1-15.
- Raditya, R. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @instainhil TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT DI KECAMATAN TEMBILAHAN*.
- Ramadityawati. (2022). *Analisis Regresi Linier Sederhana untuk Mengetahui Hubungan antara Lama Pengalaman Kerja dan Gaji*. Rpubs.
- Rasyid, H. A. (1993). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung : Program Pascasarjana Iniversitas Padjajajaran.
- Riduwan & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Rustian, R. S. (2012). *Apa Itu Sosial media*. Universitas Pasundan. <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>
- Sanny, B.I. & Dewi, R.K. (2020). *Pengaruh net interest margin (NIM) terhadap return on asset (ROA) pada pt bank Pembangunan Daerah jawa Barat Dan Banten tbk periode 2013-2017*. *Jurnal E-Bis*.
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, V., R., & Johassan, D. M. R. Y. (2021). *Efektivitas Peran Media Aplikasi Digital Weverse Boyband BTS terhadap Pembentukan Literasi Digital pada Sistem Sosial Penggemar*.
- Saputra, A. Y., & Apriadi, D. (2018). *Rancang Bangun Aplikasi Quick Count Pilkada Berbasis Sms Gateway Dengan Metode Simple Random Sampling (Studi Kasus Kota Lubuklinggau)*. *STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau*, 3(1), 8–15. <file:///C:/Users/Juni/Downloads/181-347-2-PB.pdf>
- Sarasak, D. A. B. P., & Utami, L. S. S. (2021). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar*

K-Pop. *Prologia*, 5(2), 277. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10177>

Sari, L. M., & Prasetyawan, Y. Y. (2023). *Pengalaman Informasi Remaja di Kota Semarang Menggunakan Media Sosial dalam Mengikuti Trend Korean Wave*. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(1), 110–125. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.1.110-125>

Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.

Sartika, E. (2010). *Pengolahan Data Berskala Ordinal*. *Sigma-Mu*, 2(1), 60–69. <https://doi.org/10.35313/sigmamu.v2i1.809>

Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Jakarta Timur: Uki Press.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Sugiharto & Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung, PT. Refika Aditama.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Surahman, S. (2013). *DAMPAK GLOBALISASI MEDIA TERHADAP SENI DAN BUDAYA INDONESIA*. Universitas Serang Raya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. *Jurnal Komunikasi*, 2(1992), 29–38.

Taqwin, Y. N. (2016). *Perilaku Pencarian Informasi pada Komunitas K-pop "Ever Lasting Friends (ELF) Surabaya*. Universitas Airlangga, 1. <https://repository.unair.ac.id/54977/>

Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan*. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman* 1(1): 342-351.

- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS versi 25*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Wardani, E. P. (2021). *INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR KPOP DI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif pada Fandom Army di Twitter)*. Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 7–8.
- Wibowo, R.A. & Kurniawan, A.A. (2020). *Analisis Korelasi Dalam Penentuan Arah Antar faktor Pada Pelayanan Angkutan Umum di Kota Magelang*. *Theta Omega: Journal of Electrical Engineering, Computer and Information Technology*.
- Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yulianti, W. (2021). *Fenomena Fanwar di Kalangan Penggemar K-Pop pada Media Sosial Instagram*.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). *Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian*. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>
- Zessivin, C., Pardede, M., Vania, P., Sitorus, R., & Munthe, S. (2018). *USES AND GRATIFICATION*. Universitas Sumatera Utara. https://www.academia.edu/39775998/Teori_Komunikasi_Uses_and_Gratifications
- Zulkarnain, Z., & Haq, Z. (2020). *Pengaruh Fanatisme Keagamaan terhadap Perilaku Sosial*. *Kontekstualita*, 35(01), 25–38. <https://doi.org/10.30631/35.01.25-38>