

## DAFTAR PUSTAKA

- Agosto, D. E., & Abbas, J. (2011). *Teens, Libraries, and Social Networking: What Librarians Need to Know*. ABC-CLIO.
- Anindiyasari, Y., & Kusumasondjaya, S. (2019). Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap Hubungan Parasosial, Kredibilitas Endorser Dan Niat Beli Penggemar Syahrini Terhadap Produk Kosmetik Di Media Instagram. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 21(2), 124–134.  
<https://doi.org/10.37303/a.v21i2.131>
- Anshori, I. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: ISlamic Education Journal*, 2(2), 165–181.  
<https://doi.org/10.21070/halaqa>.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media.
- Cohen, E. (2014). *Communication Yearbook 38*. Routledge
- Dulst, L., Zwaan, K., & Reinjinders, S. (2016). *The Ashgate Research Companion to Fan Culture*. Routledge.
- Fitri, R. N., & Prasetyawan, Y. Y. (2020). Literasi informasi generasi x, y, dan z dalam penyusunan karya tulis ilmiah Universitas Diponegoro. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(1), 21.  
<https://doi.org/10.24198/jkip.v8i1.23233>
- Hamid, F. (2015). Pendekatan Fenomenologi. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(November), 17–33.
- Hartmann, T. (2008). Parasocial Interaction and Paracommunication With New Media Character. In *Mediated Interpersonal Communication* (pp. 177–199). Routledge.
- Hu, M. (2016). The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(3), 217–231. <https://doi.org/10.1037/ppm0000068>
- Istiqomah, A., & Widiyanto, D. (2020). Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban. *JURNAL KALACAKRA: Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(1), 18.  
<https://doi.org/10.31002/kalacakra.v1i1.2687>
- Jenkins, R. (2004). *Social Identity*. Routledge.
- Kuswarno, Engkus. (2013). Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Widya Padjajaran,
- Kurtin, K. S., O'brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2018). The Development of Parasocial Relationships on YouTube. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 233–252.
- Lailiyah, A. N., & Affandi, M. A. (2015). PENGAJIAN VIRTUAL ( Studi Tetang Motif Sebab dan Tujuan Ngaji dalam Dunia Virtual Bagi ODOJers di Komunitas One Day One Juz ) Anis Nur Lailiyah. *Paradigma*, 3(3), 1–8.
- Laiyah, S. A., Umaternate, A. R., & ... (2022). Persepsi mahasiswa terhadap Implementasi sistem pembelajaran Daring (dalam jaringan) akibat Covid 19. *Indonesian Journal of ...*, 2(1), 62–68.  
<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/ijssse/article/view/4649>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2019). Centre for the Study of Communication and Culture Parasocial Interactions and Relationships with Media Characters -An Inventory of 60 Years of Research. *Communication Research Trends*, 38(3),

4–31.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Maldani, D. I., & Setiawan, E. (2021). Pengalaman Komunikasi Lintas Budaya Mahasiswa Undergraduate Indonesia di Belanda. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 79–89. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i1.176>
- Nabi, R., & Oliver, M. B. (2009). *Media Processes and Effects*. California Sage.
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- 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>
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Rusdiansyah, & Fajarina. (2022). Perilaku Komunikasi Penggemar Kpop (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi Penggemar Kpop Sebagai Audiens Video Musik Girlband Blackpink Di Komunitas Blinkeu). *Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19, 62–71.
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2018). Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter). *CoverAge: Journal of Strategic of Communication*, 8(1), 45–58.
- Tapscott, D. (2013). *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). *INTERAKSI PARASOSIAL PENGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL ( Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter ) Parasocial Interaction of K-Pop Fans in Social Media ( A Qualitative Study towards Army Fandom on Twitter )*. 7(2), 243–260.
- Yang, A. E., & Utami, L. S. S. (2023). Gambaran Gaya Hidup Remaja Yang Mengonsumsi Konten Budaya Pop Korea di Youtube. *Koneksi*, 7(1), 128–135.
- Yumna, R., Sabila, A., & Fadhilah, A. (2020). Aktivitas Fanatisme KPOP di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @WINGSFORX1. *Syntax Idea*, 2(5), 106–115.
- Zulfikli. (2008). *Antropologi Sosial Budaya*. Shidiq Press.