

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, E. O., & Kusuma, T. (2019). Analisis Komunikasi Antar Penggemar "Seventeen" sebagai "Cyberfandom" di Twitter. *Jurnal Komunikasi MediaTor*, 12(1), 71-80.
- Anandra, Q., Uljatunnisa, & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye "Go Green, No Plastic" Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika*, 9(2), 96-104.
- Angelina, T., & Noviana, R. (2021, February 24). *Menyeruaknya Rumor Perundungan di Kalangan Idol K-Pop, Ada Apa?* Retrieved from Voi: <https://voi.id/bernas/35154/menyeruaknya-rumor-perundungan-di-kalangan-i-idol-i-k-pop-ada-apa>
- Ayunita, T. P., & Andirani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-Pop. *Konferensi Nasional Komunikasi* (pp. 676-685). Jakarta : Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.
- Bachtiar, Y. C. (2018). Hubungan Rumor, Gosip, dan Opini Publik . *Modul Opini Publik* .
- Bhaskara, G. I. (2017). Penggunaan Metodologi Studi Kasus; Filosofi, Metodologi dan Metode. *Jurnal Repository Universitas Udayana*, 1-31.
- Cahyo , H. D., Rini, R. P., & Pratitis, N. (2020). Fanatisme dan Kecenderungan Agresi Verbal Penggemar K-Pop. *Jurnal Repository Untag*, 1-7.
- Daisuki Kpop. (2023, August). *Korean Music- The Rumors and Scandals that plague the K-Pop Industry*. Retrieved from Daisuki Kpop: https://kpop.daisuki.com.br/en/rumors_and_scandals_that_plague_kpop_industry.html
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- 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.
- Fadhila, H. (2013). "Fanbase Boyband Korea: Identifikasi Aktivitas Penggemar Indonesia", Prosiding: The 5th Coference on Indonesian Studies "Ethnicity and Globalization", International Conference and Summer School On Indonesian Studies, (Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, 2013), hlm. 159-163. Giddens,
- Fauziah, R., & Kusumawati, D. (2015). Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taechkunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624). *Jurnal Repository UNS*, 1-18.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN@ YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Fikkers, K. M. & Piotrowski, J. T. (2020). Content and person effects in media research: Studying differences in cognitive, emotional, and arousal 87 responses to media content. *Journal of Media Psychology*, vol. 23 (4), pp. 493-520. DOI: <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1608257>.
- Gordon, S. (2020, July 18). *Understanding the Impact of Rumors and Gossip*. Retrieved from Verywell Family: <https://www.verywellfamily.com/understanding-the-impact-of-rumors-and-gossip-460625>
- Griffin, E. (2012). In *A First Look At Communication Theory* (p. eight edition). McGraw Hill.
- Hanan, M. S. (2022). Interaksi Parasosial Antara Idola dengan Penggemarnya. *Jurnal Repository UMS*, 1-19.
- Harmonicar. (2015, December 2). *Why There Can Only Be One: Multifandom in Korea*. Retrieved from Soompi: <https://www.soompi.com/article/794453wpp/why-there-can-only-be-one-multifandom-in-korea>
- Hilaliyah, Z., & Hendrastomo, G. (2021). Fenomena K-Pop sebagai Konsumsi Budaya

- Populer di Kalangan Santriwati di Pondok Pesantren AL Barokah Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 10(2), 2-21.
- Ichwan, N. R., & Irwansyah. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer pada Akun Youtube Tasya Farasya dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 18-33.
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2019). Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram) . *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 184-190.
- Janati, F., & Pangerang, A. K. (2021, April 8). *Duduk Perkara Kasus Bullying Mingyu Seventeen yang berakhir Damai*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/hype/read/2021/04/08/095427966/duduk-perkara-kasus-bullying-mingyu-seventeen-yang-berakhir-damai?page=all>
- Jeon, S. (2015). The Impact of Media Reporting on the Celebrity to Fandom 연예인들 팬덤에 대한 미디어의 영향력. *Inha University*, 10-11.
- Jin, D., & Yoon, K. (2016). The Social Mediascape of Transnational Korean Pop Culture: Hallyu 2.0 as Spreadable Media Practice. *New Media & Society*, 18(7), 1277-1292.
- Juwita, S. H. (2018). Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 4(7) , 273-284.
- Kang, M. (2013, April 11). *Everything about Korean Fandom Culture 한국 팬덤 문화에 대한 모든 것*. Retrieved from Sportsworld: <http://m.sportsworldi.com/view/20130411005440>
- Kue, M. F., & Sahertian, C. (2019). Model Elaboration Likelihood dalam Pembentukan Personal Branding Pita's Life di Youtube Channel. *Jurnal Nomosleca*, 5(1), 72-84.
- Lado, V. H. (2022). Persepsi Penggemar Seventeen tentang Komunikasi Interpersonal yang terjadi di Media Sosial Whatsapp (Grup Chat Whatsapp Carat). *Jurnal*

Komunikasi dan Media, 2(2), 60-70.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). Theories of Human Communication (Tenth). Waveland Press, Inc.

Marchellia, R. A., & Siahaan, C. (2022). Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi . *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(1), 65-83.

Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepri Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color". *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 1-8.

Moetaqin, F. S. (2020). Budaya Partisipatori Dalam Fandom (Analisis Deskripsi Kualitatif Budaya Partisipatori "POLCA" sebagai Audiens Media Sosial dalam mengonsumsi dan memproduksi Teks Budaya. *Jurnal Komnas* , 1-10.

Moleong, Lexy J. (2007) Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung

Morin, N. (2019, June 29). *K-Pop 101: The Terms You Need To Know Before You Stan*. Retrieved from Refinery29: <https://www.refinery29.com/en-us/k-pop-music-fans-terms-meaning>

Murti, A.A.G.A. (2022). Respon Pelaku Wisata terhadap Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Menghadapi Covid-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Respons Pelaku Wisata terhadap Komunikasi Pemerintah Kota Denpasar dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Berdasarkan Kebijakan Kesehatan). Universitas Gadjah Mada. Retrieved from <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/213000>

Naibaho, M. (2016). Respon Masyarakat Terhadap Pesan Komunikasi Survei Sosial Ekonomi Nasional Pada BPS Kota Pematangsiantar. *Jurnal Simbolika*, 2(1), 1-12.

Norhabiba, F. (2018). Aplikasi Elaboration Likelihood Model Theory dalam Iklan Calon Gubernur 2018 terhadap Perilaku Memilih. *Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 6(2), 101-110.

O'Keefe, D. J. (2008). Elaboration likelihood model. In W. Donsbach, (Eds.),

The international Encyclopedia of Communication.(Vol 4., pp.1475-1480). Oxford : Blackwell.

Pamela, D. A. (2022, November 30). *Arti Stan Kpop, Apa bedanya dengan Peggemar?*
Retrieved from Liputan6:
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5140249/arti-stan-kpop-apa-bedanya-dengan-penggemar>

Petty, Richard E., and John T.Cacciopo. (1986). "Communication and Persuasion: Central and Peripheral Route to Persuasion."

Pramelani. (2018). Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 1-7.

Putri, A. K., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Jurnal Nusa*, 14(1), 125-135.

Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (n.d.). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z.

Rehman, Z. (2017, October 26). *Fan & Games: Types of Fans in the K-Pop Fandom*.
Retrieved from Bared Seoul:
<https://baredseoul.wordpress.com/2017/10/26/types-of-kpop-fans/>

Rie127. (2022, December 29). *Seventeen Sukses Bikin Carats Panas Dingin di Konser BE THE SUN Jakarta*. Retrieved from Dreamers.id:
<https://hiburan.dreamers.id/article/109458/seventeen-sukses-bikin-carats-panas-dingin-di-konser-be-the-sun-jakarta#:~:text=DREAMERS.ID%20%2D%20Pada%2028%20Desember,Karno%2C%20dengan%20kapasitas%209.170%20penonton>

Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.

Sari, R. P. (2021, February 28). *Terseret Isu Bullying, Mingyu Seventeen Sementara Hentikan Semua Kegiatan*. Retrieved from Kompas.com:
<https://www.kompas.com/hype/read/2021/02/28/134149766/terseret-isu-bullying-mingyu-seventeen-sementara-hentikan-semua-kegiatan>

- Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism-Its Development and Meanings in Consumers Lives. *Journal of Aalto University School of Economics*. 1 (1), pp 1-106.
- Setyarsih, E. (2016). Hubungan antara Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Super Junior) dengan SOLidaritas Sosial di Komunitas E.L.F Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 53-62.
- Silfia, I., & Kurniawan, R. (2022). Stigma Media terhadap Fandom Perempuan dalam Pemberitaan Penggemar K-Pop. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 1-16.
- Situmorang, N. (2020). Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru . *JOM FISIP*, 7(2), 1-14.
- Storey, John. (2010). Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta : Jalasutra
- Sugiyono. (2007). Metodologi Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiawati, N.A. (2014). Pengaruh Identitas Sosial terhadap Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Korean Pop) (Studi pada Komunitas K-Pop UIN Bandung / KUIN B). Thesis, Universitas Sunan Gunung Djati Bandung. Retrieved from https://etheses.uinsgd.ac.id/298/5/4_bab1.pdf
- Tam et al. (2021). Receptivity of Governmental Communication and Its Effectiveness during Covid-19 Pandemic Emergency in Vietnam: A Qualitative Study. *Global Journal of Flexible Systems Management*. S45- S64
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme Fans Kpop dalam Blog Netizenbuzz. *Journal Unair*, 2(3), 109-205.
- Tim Kpopchart. (2016, October 6). *Seventeen Umumkan Warna Resmi Fandom Carat*. Retrieved from Kpop Chart: <https://www.kpopchart.net/idol-celeb/pr-9166269255/seventeen-umumkan-warna-resmi-fandom-carat>
- Tionardus, M., & Setuningsih, N. (2022, August 18). *Apa Arti Stan dalam Kpop?* Retrieved from Kompas.com: <https://entertainment.kompas.com/read/2022/08/18/115541266/apa-arti-stan->

dalam-kpop?page=all

- Tofani, A. Z. (2023). Weverse sebagai Sarana Komunikasi Fans dengan Idol (Studi pada Interaksi Seventeen dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik* (pp. 349-357). Bandung : FISIP Universitas Sangga Buana.
- Tsui, L. (2023, February 9). *K-Pop Fandom Culture In A Nutshell*. Retrieved from Hikoco: <https://hikoco.co.nz/blogs/tmi/k-pop-fandom-culture>
- Tunshorin, C. (2016). Analisis resepsi Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 10(1), 71-80.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Madura: UTM PRESS.
- Yim, H.-s. (2018, October 1). *8 Most Essential Terms in K-Pop Fandom*. Retrieved from Kpop Herald: https://kpopherald.koreaherald.com/view.php?ud=201810011807372270347_2