

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. H. (2019). *Korean Wave (Studi tentang Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar Kpop di Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Agustin, V. (2022). *Kontrol Diri Pada Remaja Penggemar K-Pop (K-popers)*. Universitas Islam Riau.
- Almira, F. S. (2023). *Korean Wave: Perkembangan Hingga Perkembangannya Terhadap Masyarakat di Kota Jambi 2001-2020*. Universitas Jambi.
- Andzani, D. & I. (2023). *Dinamika Komunikasi Digital: Tren, Tantangan, dan Prospek Masa Depan. Volume 4*.
- Anwar, R. P., & Anwar, W. W. (2014). The Effect of Korean Wave on Young Generation and Creative Industry in Indonesia. *Jurnal Masyarakat Dan Multikulturalisme, Volume. 4*.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Asari, Andi, D. (2023). *Komunikasi Digital*. Lakeisha.
- Booth, P. (2010). *Digital Fandom: New Media Studies*. Peter Lang.
- Company, W. (2023a). *Global No.1 Fandom Life Platform for All Kinds of Fan Experience*. Weverse. <https://en.weverse.co/weverse>
- Company, W. (2023b). *Weverse Announces Global Insight Into Fan Engagement: 2023 Weverse Fandom Trend*. Weverse News. <https://en.weverse.co/news/?q=YToxOntzOjEyOjRZXl3b3JkX3R5cGUiO3M6MzoiYWxsIjt9&bmode=view&idx=17441876&t=board>
- Dahlia, S. (2021). *Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja Desa Karawang Kecamatan Tualang*. Universitas Islam Riau.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fauziah, Y. R. (2019). *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Lingkungan Pergaulannya)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Febriana Poppy, & P. W. F. (2023). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, Vol 5, No 3.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Hirwiza, T. L. (2023). *Persepsi Penggemar K-Pop (Korean Pop) Tentang Aplikasi Weverse sebagai Media Komunikasi Penggemar dan Idolanya*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hong, E. (2014). *Korean Cool: Strategi Motivatif di Balik Ledakan Budaya Pop*

Korea. Penerbit Bentang.

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Erlangga.

Kim, P., & Hutt, E. (2021). K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY. *Journal of Student Research, Volume 10*.

Kusuma, R. S. & I. N. (2022). Interaksi Sosial Fandom ARMY di Media Sosial Weverse. *Jurnal Komunikasi Global, Volume 11*,.

Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi: Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Widya Padjajaran.

Lipschultz, J. H. (2020). *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. Routledge.

Mahmudah, I. (2015). *Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Maramis, J. B., & Tumangkeng, S. Y. L. (2022). Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah, Volume 23*,.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Selemba Humanika.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Obara, K. (2021). *BIG HIT Entertainment Evolves Into HYBE Corporation*.

Pertiwi, I., & Dkk. (2023). Bisnis Model Digital “Weverse” Pada Kelompok Musik Korea BTS. *Joutnal of Management & Business, volume 6*.

Rae, B. K. (2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research, Volume. 5*.

Rahmawati, C. T. (2020). *The Massive Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term or Culture*.

Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.

Sahar, A. (2014). *Fenomena New Media 9Gag (Studi Observasi Terhadap Penggunaan Situs 9Gag dan Meme oleh Remaja)*.

Saldyni, N. (2021). *Mengenal Weverse, Aplikasi yang Tengah Populer di Kalangan Fans KPop*. URBANASIA. <https://www.urbanasia.com/tech/mengenal-weverse-aplikasi-yang-tengah-populer-di-kalangan-fans-kpop-U38711>

Sari, D. R. M. (2018). *Pengaruh Budaya K-Wave (Korean Wave) Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korean di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, A. N. (2019). BANGTAN SONYEONDAN (BTS) AS NEW AMERICAN IDOL. *Journal of Transnational American Studies*, Volume 6,.
- Tegar Gemilang, A. (2015). *Dampaknya sengketa Pulau Dokdo/Takeshima Korea Selatan Jepang Terhadap Perkembangan Hallyu di Jepang Tahun 2012-2015*. Universitas Komputer Indonesia.
- Widjaja, A. W. (2008). *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Bumi Aksara.
- Wulandari, T. A. (2017). Internet dalam Kajian Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Umum*, Volume 1,.
- Yong Jin Dal, T. J. Y. (2017). *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Lexington Books.