

## DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, R., Gumelar, Sandy Agum, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamikapsikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 2-3.
- Anna. (2022, Oktober 22). *allkpop*. Retrieved from allkpop: <https://www.allkpop.com/article/2022/10/bts-members-give-their-opinion-on-the-recent-purple-is-btss-color-debate-suga-ends-discussion-with-purple-is-not-officially-ours>
- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2019). KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASIINDUSTRI KREATIF. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 295.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- CNN Indonesia. (2019). *Penggemar Hallyu di Dunia Hampir Tembus 90 Juta Orang*. Diakses pada 21 Maret 2023. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang>
- Elbadiansyah, U. (2014). *Interaksionisme simbolik : dari era klasik hingga modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fanatisme. (2022, 3 9). Diambil kembali dari Ensiklopedia Dunia:<https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Fanatisme>.
- IDN Times. (2019). *Penyebaran Fans K-Pop di Indonesia*. Diakses pada 21 Maret 2023. <https://twitter.com/IDNTimes/status/1100377737254981632?s=20>
- Indonesia, C. (2022, 10 4). ARMY Indonesia Galang Dana untuk Tragedi Kanjuruhan, Tembus Rp420 Juta. Diambil kembali dari CNNIndonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20221004142339-248-856209/army-indonesia-galang-dana-untuk-tragedi-kanjuruhan-tembus-rp420-juta#:~:text=ARMY%20Indonesia%20Galang%20Dana%20untuk%20Tragedi%20Kanjuruhan%2C%20Tembus%20Rp420%20Juta,-CNN%20Indonesia&text=C>
- Irawan, H. (2019). *SERI PENGAYAAN PEMBELAJARAN SOSIOLOGI INTERAKSI SOSIAL*. Surakarta: PT. Aksarra Sinergi Media.
- Lynn Turner, R. W. (2013). *Teori Komunikasi Analisis & Aplikasi edisi 3*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.

- Mangunsong, G., Syarifuddin, P., & Perwirawati, E. (2022). NETNOGRAFI KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS FANDOM ARMY INDONESIA. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 40.
- Mardhiyah, F. (2019). INTERAKSI SIMBOLIK SEBAGAI WUJUD IDENTITAS DIRI PADA KOMUNITAS ARMY DI KOTA MEDAN (Studi Pada Boyband Korea BTS) . *Doctoral dissertation*, 1-2.
- Muhammad, M. (2017). PENGARUH MOTIVASI DALAM PEMBELAJARAN. *LANTANIDA JOURNAL*, 1.
- 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)*, 1.
- Putri , S. R. (2020). Impression Management Ava Korea Dalam Twitter: Studi Fenomenologi Penggemar Korean Wave di Pasuruan. *Doctoral dissertation, Universitas Yudharta*, 15.
- Putri, A. K. (2017). JALAN TAMBLONG: KUMPULAN DRAMA MUSIK KARYA REMY SYLADO (KAJIAN INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE HERBERT MEAD). *Jurnal Bapala*, 3-4.
- Rusiandi, N.P & Amelasasih, P;. (2022). Fanatisme Penggemar K-Pop Remaja Awal Pada Komunitas ARMY-BTS. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 3.
- Saldyni, N. (2021, Agustus 4). *Mengenal Weverse, Aplikasi yang Tengah Populer di Kalangan Fans KPop*. Diambil kembali dari Urbaniansia: <https://www.urbanasia.com/tech/mengenal-weverse-aplikasi-yang-tengah-populer-di-kalangan-fans-kpop-U38711>
- Sobur, A. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya .
- Syafani, N. A. (2022). Interaksi Simbolik Komunitas Bintang Ungu. *Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komuniasi UIN Syarif Hidayatullah Jakrata*, 36.