

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindyasari, 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>
- Astagini, N., & Kaihatu, Veronica Prastyo, D. Y. (2017). *Interaksi Dan Hubungan Parasosial Dalam Akun Media Sosial Celebrity Indonesia*.
- Azeharie, S. (2014). Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Untar*, 6(2), 83–98.
- Blackburn, S. (2011). *The Influence of Facebook Use on Pro\_Environmental Behavioral Intentions : The Roles of Parasocial Interaction and Identification With a Celebrity (Master of Arts)*.
- Budiardjo, E. K., Putram, N. M., Sablan, B., Hidayanto, A. N., & Meyliana. (2020). *The Impact of Parasocial Interaction Toward Prospective Students Intention to Enrol in a University and Share Information Through Electronic Word-Of-Mouth*. 21(2), 176–197.
- Cohen, J. (2014). *Mediated Relationships and Social Life : Current Research on Fandom, Parasocial Relationships, and Identification* (1st Editio). <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315794174-10/mediated-relationships-social-life-jonathan-cohen>

- Degenhard, J. (2021). *Twitter Users in Indonesia 2017-2025*. Jul 20, 2021.  
<https://www.statista.com/forecasts/1145550/twitter-users-in-indonesia>
- Derajat, P., Kabupaten, K., Timur, J., Umami, E., Sholiha, N., Statistika, J., Matematika, F., Alam, P., Teknologi, I., Nopember, S., Arief, J., Hakim, R., Indonesia, S., & Deskriptif, A. S. (2015). *Structural Equation Modeling-Partial Least Square*. 4(2), 4–9.
- Dixon, S. (2022). *Twitter: Number of Monetizable Daily Active Users Worldwide 2017-2022*. 17 Mei 2022.
- Elen, S. (2019). *Pengaruh Teknologi Organisasi, dan Lingkungan Terhadap Kinerja UKM di Indonesia Dengan Adopsi Media Sosial Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Tarumanegara.
- Fauziah, E. (2017). *Pengaruh Musik K-POP Terhadap Peningkatan Semangat Belajar Mahasiswa Penggemar Korea*. Universitas Lampung.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii\_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Firdausa, Z. (2019). *Pendahuluan*. 1–7.
- Fuandri. (2022). *Why Don't We*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Why\\_Don%27t\\_We](https://id.wikipedia.org/wiki/Why_Don%27t_We)
- G. David Garson. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Models* (3rd ed.). Statistical Associates.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)* (2nd ed.).
- Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (2017). Parasocial Interactions and Relationships in Early Adolescence. *Frontiers in Psychology*, 8(FEB), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00255>
- Halimahyani, P. (2019). *Gambaran Interaksi Parasosial pada Remaja Penggemar K-Pop*. <https://library.usu.ac.id>
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Husnusyifa, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar). *IDEA: Jurnal Humaniora*, 2(2), 120–133.
- Ichsan, M., Iqbal, N., Anisa, N., Syah, N. M., Risqul, M., Azisah, A., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4439–4447. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1201>
- Kartikasari, A. A., & Holisah, N. (2022). Aktivitas Belajar Siswa Penggemar K-pop: Studi pada SMPN 7 Jakarta. *JIPSINDO (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Indonesia)*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jipsindo.v9i2.130907>

- Khuangga, F. S. R. (2021). *Pengaruh Idol Grup China “WayV/威神V” Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Mandarin Di Kalangan Penggemar “WayV/威神V” Di Indonesia*. 1–8.
- Kurniasari, R. (2018). Pemberian Motivasi serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Telekomunikasi Jakarta. *Widya Cipta*, 2(1), 32–39.
- Lyons, A., Coleman, R., & Lewis, H. (2020). One Direction Infection : Media Representations of Boy Bands and their Fans. *Doctoral Dissertation*, 9–10.
- Marliana, R. R. (2019). Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Marwansyah, S., & Utami, A. N. (2017). Analisis Hasil Investasi, Pendapatan Premi, Dan Beban Klaim Terhadap Laba Perusahaan Perasuransian Di Indonesia. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 5(2), 213. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i2.533>
- Maulana. (2016). *Metode Penelitian* (Issue July).
- Mazillan, S. A. (2020). The Relationship Between Types Of Parasocials Relationship. *Jurnal Studi Management Islam*, 3, 51–58.
- Meiliza Efni, W. (2013). *Hubungan Pelaksanaan Moving Class Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Pelajaran Ekonomi Kelas X Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

- Muhammad, M. (2016). *PENGARUH MOTIVASI DALAM PEMBELAJARAN*. 4(2).
- Nainggolan, V., Rundonuwu, S. A., & Waleleng, J. G. (2018). *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado*. 1–15.
- Nurmala Dewi, A. I., & Putri Prasanti, R. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) Terhadap Pendidikan Remaja. *Jurnal Pendidikan*, 11(2), 256–269.
- Oelfy, N. (2015). *Pengaruh Attachment Styles dan Loneliness Terhadap Interaksi Parasosial Penggemar KPOP* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/38633>
- 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>
- Pering, I. M. A. A. (2021). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0. *Satyagraha*, 03(02), 28–48.
- Pusdiklat. (2016). *Identifikasi Kebutuhan Belajar* (1st ed.). Pusdiklat Pegawai Kemendikbudr.
- Putra, I. P. G. D., & Marheni, A. (2015). Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p05>
- Putri, O. F. (2019). *Peran K-pop terhadap Siswa Masa Kini dan Dampaknya dalam*

*Kehidupan Sehari-hari.*

- Rachmawan, T. P. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Spiritual dan Reward Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kualitas Kehidupan Kerja dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *A First Course in Factor Analysis*, 311–337. <https://doi.org/10.4324/9781315827506-18>
- Rahman, T., & Solikhah, S. (2016). *Analisis Pengaruh Rotasi Kerja, Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. 7, 23–49.
- Rahmatina, D. (2018). Pengaruh Menonton Siaran Langsung Saluran Bts Di Aplikasi V Live Terhadap Motivasi Belajar Bahasa Korea Pada Komunitas Bts Fanbase Indonesia. *Jom Fisip*, 5, 1–14.
- Rahmiana. (2019). Komunikasi Intrapersonal Dalam Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi*, 2(1), 77–90.
- Rangkuti, A. A. ., & Wahyuni, L. D. (2017). Analisis data penelitian kuantitatif berbasis classical. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, June, 1–12. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31268.91529>
- Ratika Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 46(4), 43–57.
- Ratnasari, I., Mayasari, & Ema. (2021). *Motivasi Dan Kontrol Diri Pada Remaja Penggemar K-Pop (Studi Deskriptif pada Komunitas dance coverCall Team Karawang)*. 7, 83–96.

- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Rismiyati, R., Rizqiyawati, Triatur Nur, L., & Kumar Jaya, R. (2021). Verbal Card To Improve Students Writing Comprehension In Passive Voice. *Journal of Lesson Study and Teacher Education (JLSTE)*, 1, 7–13.
- Riswandi. (2013). *Interaksi Parasosial*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=1pWEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penelitian+deskriptif+menurut+ahli+&ots=9PIBwq7Kn3&sig=CRPNse2df5B4gFW\\_zWzqXGrG4js&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=1pWEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penelitian+deskriptif+menurut+ahli+&ots=9PIBwq7Kn3&sig=CRPNse2df5B4gFW_zWzqXGrG4js&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Sabila Zahra. (2019). Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya. *Doctoral Dissertation*, 2, 2.
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45–58. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/582>
- Saifuddin, D., & Masykur, A. (2014). Interaksi Parasosial. *Empati*, 3(4), 143–152.
- Saputra, A. R. (2018). *PENGARUH KOMPENSASI DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DIMEDIASI*

*MOTIVASI KERJA*. Universitas Islam Indonesia.

Saputri Kartika, Sudiyanto, & Elvia, I. (2018). Penggunaan Metode Peer Lessons Dilengkapi Media Power Point Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Akutansi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(2), 10–27.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., Ainun, N., Sastra, F., & Indonesia, U. M. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, September. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>

Sekarsari, M. (2009). *Hubungan antara Loneliness dan Perilaku Parasosial pada Wanita Dewasa Muda*. 1–8.

Shoffner, L. K. (2019). Parasocial Relationship Influence on CoverGirl Buying Intentions: Trust and Loyalty from SMI and Celebrity Endorsements. *Doctoral Dissertation*, 274–282.

Siyoto, S., D., & Sodik., M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.

Solling, R. H. (2019). *Structural Equation Modelling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis* (Abiratno, S. Nurdianti, & A. Diniati Raksanagara (eds.); 1st ed.). PT. Inkubator Penulis Indonesia.

Statista Research Departement. (2021). *Twitter accounts with the most followers*



*worldwide as of March 2021.* Mar 3, 2021.  
<https://www.statista.com/statistics/273172/twitter-accounts-with-the-most-followers-worldwide/>

Stever, G. (2013). Mediated vs. Parasocial Relationships: An Attachment Perspective. *Journal of Media Psychology*, 17(3, Winter).  
[http://www.calstatela.edu/faculty/sfischo/SteverParasocial Final2013.docx](http://www.calstatela.edu/faculty/sfischo/SteverParasocial%20Final2013.docx)

Subarsa Putri, K. Y. (2017). *Teori Komunikasi* (1st ed.). Nerbitin Buku.com.

Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.

Sukmana, D. P., & Mardawan, O. (2013). Studi Deskriptif mengenai Interaksi Parasosial pada Perempuan Dewasa Awal di Komunitas Fans Exo Bandung. *Prosiding Psikologi*, 417–423.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.

Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *E-Journal*, 5(1), 1–6.

Tamburuka, A. (2013). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (5th ed.). Rajawali Pers.

Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi Menonton Drama Korea pada Remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37–48.  
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/974>

Twitter. (2013). *Twitter*. <https://about.twitter.com/en/who-we-are/our-company>

- Ulum, B. (2013). *Keberhasilan Belajar Siswa*.  
[http://blogeulum.blogspot.com/2013/02/keberhasilan-belajar-siswa\\_24.html?m=1](http://blogeulum.blogspot.com/2013/02/keberhasilan-belajar-siswa_24.html?m=1)
- Uno, B. H. (2016). *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan* (14th ed.). PT. Bumi Aksara.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=v\\_crEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=hamzah+b+uno+&ots=mFZ7UJNM2u&sig=bhDXvsIoJa7KpxVl-ml1BonSWNQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=v_crEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=hamzah+b+uno+&ots=mFZ7UJNM2u&sig=bhDXvsIoJa7KpxVl-ml1BonSWNQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Accounting and Management Journal*, 1(1), 63–79.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>
- Webb Henry, N. (2011). *Celebrity Versus Non-Celebrity: Parasocial Relationships With Characters in Reality-Based Television Programs*.  
[https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool\\_theses/3440](https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/3440)
- Why Don't We. (2019). *Why Don't We In The Limelight* (1st ed.). HarpersCollins Publishers Inc.
- Widhi Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku.
- Widiastuti, R., Mawarpury, M., Sulistyani, A., & Khairani, M. (2020). *The*

*Relationship between Celebrity Worship and Parasocial Interaction on Emerging Adult. ICPsy 2019, 90–94.*  
<https://doi.org/10.5220/0009438000900094>

Winastiaji, A. (2015). *Motivasi Pengidolaan Terhadap Idola Populer Pada Individu Usia Dewasa* (Vol. 151). <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>

Wong, K. K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.  
[http://marketing-bulletin.massey.ac.nz/v24/mb\\_v24\\_t1\\_wong.pdf](http://marketing-bulletin.massey.ac.nz/v24/mb_v24_t1_wong.pdf)  
[http://www.researchgate.net/profile/Ken\\_Wong10/publication/268449353\\_Partial\\_Least\\_Squares\\_Structural\\_Equation\\_Modeling\\_\(PLS-SEM\)\\_Techniques\\_Using\\_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_(PLS-SEM)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf)

Yuni, C. (2017). *Hubungan Parasosial Di Era New Media (Studi Korelasional Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Berkembangnya Hubungan Parasosial di Kalangan Remaja Putri di SMAS Sutomo 1 Medan)*. 3(1), 1–10.

Yusuf, M. A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). PT. Fajar Interpratama Mandiri.