REFERENCES

Ansori & Miftahurrezki, 2021. (2021). Analisis Makna Pesan Motivasi Dalam Lirik Lagu K-POP BTS Answer : Love Myself. *Kaganga Komunika*, *3*, 71. http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA

Azahra & Hasbiansyah. (2021). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, *7*. https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/28724/pdf

Blumler, J. G., & Katz, E. (1975). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (SAGE Series in Communication Research): Vol. III* (10th ed.). SAGE Publications.

Cohen J. (2014). *Mediated relationships and social life: Current research on fandom, parasocial relationships, and identification.* (1st editiom). media and social life .

Crossley, M. L. (2000). Narrative Psychology, Trauma and the Study of Self/Identity. *Theory & Psychology*, *10*(4).

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. In *Organization Design* (Vol. 32, Issue 5). http://www.jstor.org/journals/informs.html.

Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia): Vol. XXIV* (2nd ed.). Kencana. https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1147096

Dults, Z. &Reijinders. (2016). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (1st ed.). https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315612959

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu,Teori dan Filsafat Komunikasi* (1st edition). Citra Aditya Bakti. https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=124417

Giles, (2003). (2003). *David Giles - Media Psychology-Routledge (2003)*. 197.

identitas diri bagian defleur dan ball. (n.d.).

Laura M.B.P & Rizki, R. (2022). Representasi Kecemasan dan Hopelessness Dalam Lirik Lagu BTS "BLACK SWAN" (Kajian Semiotika Ronald Barthes). Ekspresi Dan Presepsi. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , *5*(1), 58–70.

Lukman, S. A. , & R. R. (2022). Hubungan Pesan Moral dalam Lagu Beyond the Scene (BTS) dengan Sikap Penggemarnya . *Bandung Conference Series: Journalism* , *2*(2).

Mustika, D., Djafar, R. H., & Putri, Y. R. (n.d.). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor's

Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Nazir.Moh. (2009). *Metode penelitian* (R. Sikumbang, Ed.). Ghalia Indonesia.

Nursanti, M. 2013). (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop Sebagai Audiens Dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *2*. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259

Prasanti, D., & Indriani, S. (2017). Interaksi Sosial Anggota Komunitas Let's Hijrah Dalam Media Sosial Group Line. In *Jurnal Messenger* (Vol. 9, Issue 2). http://www.belajarpsikologi.com

Pratama Indah M, R. A. D. A. F. (2022). Efek K-Pop Pada Perilaku Komunitas ARMY Medan Borahe. *Jurnal Ilmu Sosial* , *1*(11), 993–1004. https://www.bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/4424?im-FfvUyLrD=5149504383817181475

Putri Wardani, E., Sari Kusuma, R., Muhammadiyah Surakarta, U., Ahmad Yani, J., & Tengah, J. (n.d.). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR 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). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 243–260. http://journal.ubm.ac.id/

Rahman Hakim, A. (n.d.). Ardhini Mardhiyah (2). In *Nahla Nurkholifah* (Vol. 4, Issue 1).

Santosa, S. (2006). *Dinamika kelompok: Vol. VII* (2nd ed.). Bumi Aksara.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono* (3rd ed.). Alfabeta. https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971

Vojtíšková, T. (2017). The South Korean Body Factory: Celebrity Culture, Mass Media and Cosmetic Surgery. *Doctoral Dissertation, Empire State College*.

Yuniasti, K. R. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter @ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (ARMY). *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, *25*(2). https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.168