

DAMPAK TERPAAN BUDAYA KOREA SELATAN DAN PENGGUNAAN TWITTER TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI REMAJA INDONESIA

Mendi Endritha Pristalisa
University of Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract

Budaya Korea Selatan masuk ke Indonesia pertama kali dengan melalui pertunjukan drama Korea Selatan. Drama Korea Selatan telah menjadi alternatif hiburan yang sudah melekat dan diminati oleh masyarakat Indonesia ini, baik dari kalangan remaja bahkan sampai ke kalangan Ibu – Ibu. Selain terkenal dramanya, budaya Korea Selatan ini juga juga dikenal akan K-Pop nya. Yang kebanyakan diisi oleh kalangan remaja Indonesia saat ini. Dalam aktivitas remaja penggemar Drama Korea Selatan dan K-pop terbiasa mengekspresikan kesukaan, argumen, diskusi masalah mereka untuk mendukung idolanya dan berkomunikasi kepada sesama antar fans di laman Twitter. Selain dua budaya tersebut, ada banyak budaya yang berdampak atau mempengaruhi kedalam gaya dan komunikasi remaja Indonesia saat ini.

Keywords

(Budaya, Korea, Twitter, Komunikasi, Remaja)

Correspondence Contact

Email:
prista.mendi37@gmail.com

PENDAHULUAN

Media Sosial memiliki peranan yang berpengaruh terhadap berkembangnya dan menyebarluasnya suatu hal yang bisa berpengaruh terhadap perkembangan masyarakat secara umum, terutama dalam kalangan remaja Indonesia saat ini. Media sosial sendiri merupakan software dengan kebijakan yang memperbolehkan seseorang atau suatu komunitas untuk menyampaikan, memberi, berbicara, dan menganalisis suatu pendapat yang akan menjadi topik suatu pembicaraan. Selain dari itu media sosial juga berguna untuk refreshing dengan bermain atau sekedar mencari teman baru untuk mengobrol dan bertukar informasi. Dari hal tersebut sudah ditetapkan bahwa dari kemajuan teknologi serta media komunikasi menjadi hal yang luar biasa. Dalam aplikasi media sosial yang didirikan oleh Jack Dorsey, Aplikasi dari Twitter sendiri merupakan salah satu platform dari media massa dan mikroblog daring yang terjadinya suatu komunikasi antar orang ke orang lain yang menggunakan bentuk teks hingga 140 karakter namun saat ini sudah bertambah menjadi 280 karakter pada tanggal 7 November 2017 dengan disebut kicauan, salah satu alasannya dikarenakan dilihat dari jumlah pengguna Twitter yang semakin bertambah dan butuh upgrade untuk kalangan remaja terutama.

Twitter menjadi salah satu aplikasi penghubung yang sering digunakan oleh penyuka budaya Korea Selatan terdiri dari penggemar K-Pop maupun dari Drama Korea Selatan atau biasa disingkat menjadi Drakor, dengan adanya jenis penggemar tersebut biasanya akan menggunakan beberapa hal untuk lebih mendalami K-Pop maupun Drakor dari media komunikasi seperti teori yang ada di twitter, teori budaya masyarakat, content analysis dari para fans, dan konsep yang digunakan dari budaya K-Pop. Twitter juga merupakan platform untuk digunakan oleh para pecinta budaya Korea Selatan ini untuk saling berkomunikasi dan bertukar pikiran dari topik yang dibahas dalam platform tersebut.

Remaja Indonesia memiliki kecenderungan terhadap media sosial sangat besar sekali, yang tentunya dapat berpengaruh terhadap cara pandang dan pemikiran mereka. Terutama

dari adanya dampak dari terpaan budaya Korea Selatan ini, sangatlah berpengaruh kepada perkembangan sosial dari remaja itu sendiri. Budaya yang sedang naik dan selalu berkembang pesat menjadi negara maju, Korea Selatan mempunyai hal yang sangat digemari oleh para kalangan remaja saat ini atau bisa dikatakan sudah menjadi sebuah trend K-Pop (Korean Pop) atau biasa dikenal juga dengan Korean Wave yang dapat diartikan dalam bahasa Korea sebagai (Hallyu) yang pertama kali diciptakan oleh seorang jurnalis asal warga negara Beijing di tahun 1999 yang untuk menggambarkan pesatnya pertumbuhan dan entertainment popularity dan budaya Korea di Cina pada saat itu (Korean Culture and Service Center, 2015:12).

Banyak penggemar K-Pop bersedia membayar cukup banyak uang agar dapat mengikuti konser untuk melihat symbol mereka. Salah satu grup boyband asal Korea Selatan yang pernah datang ke Indonesia saat itu, BTS (Bangtan Sonyeondan) atau disebut juga Bangtan Boys, memulai world visit kedua mereka yang dimulai dari tanggal 18 Februari 2017, dan salah satu negara yang pernah dikunjungi adalah Indonesia, tepatnya di Jakarta. Konser "Live Set of three III The WINGS Visit" di Jakarta akan diadakan pada tanggal 29 April 2017 yang bertempat di Indonesia Assembly hall (ICE), BSD.

KAJIAN TEORITIK

Terpaan dalam tayangan yang ada di show Korea Selatan mempunyai hubungan dengan pengetahuan dalam suatu individu yang mengenai budaya Korea Selatan. Arti dari terpaan itu sendiri yang berarti sebagai suatu keadaan di mana khalayak terkena dampak atau terpapar dari pesan komunikasi yang terdapat pada media massa seperti halnya dari perasaan suka, musik, dan video. Terpaan dari media sendiri berisi mengenai khalayak dalam suatu stage dalam pengguna media, baik jenis media seperti frekuensi penggunaan (recurrence), maupun durasi penggunaan (life span) (Ardianto, dkk, (2007:164). Menurut salah satu peneliti yang menggunakan pendekatan Teori Uses and Delight untuk melihat hubungan terpaan show Korea dengan pengetahuan mengenai budaya Korea Selatan. Teori Utilizations and Satisfaction memusatkan perhatian pada penggunaan (utilizes) media untuk mendapatkan kepuasan (delight) untuk memenuhi kebutuhan seseorang (Ardianto, dkk, 2017:73).

Dalam kelompok komunikasi dalam teman sebaya atau disebut (peer group) memiliki pengetahuan dan hubungan seseorang dalam sesuatu yang berbau budaya Korea. Harton dan Hant, peer group yang berarti kelompok teman sebaya ini merupakan sesuatu kelompok dengan berisi orang-orang yang mempunyai kesamaan, seperti halnya pada umur, profesi, selingkuan tempat tinggalnya, dan lain sebagainya. Menurut Susanto (1977) berpendapat juga bahwa terpaan adalah suatu yang menentukan seberapa dalam dan jauhnya pengaruh pesan yang ditimbulkan terhadap komunikan, terutama pada daya mengingat dari sifat manusia yang dapat mudah lupa.

METODOLOGI

Metode penelitian dengan menggunakan (Publish or Perish) yang dirancang untuk menemukan dan membantu individu atau dalam bidang akademi untuk mencari dan menganalisis suatu jurnal-jurnal yang merupakan sumber informasi yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian. Kemudian PoP (Publish or Perish) juga dapat melakukan untuk

membantu menyeleksi artikel-artikel di data set online dengan sesuai kualitas artikel tersebut.

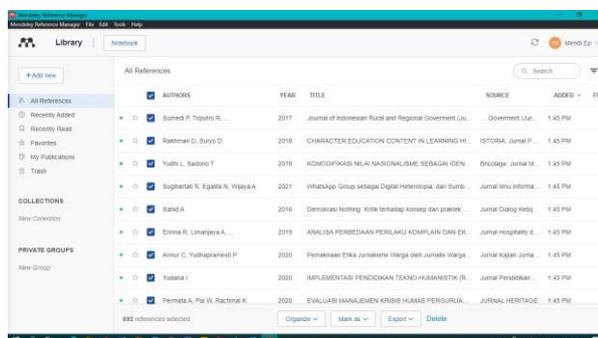


Results		Help
Publication years:	2010-2021	
Citation years:	11 (2010-2021)	
Papers:	132	
Citations:	310	
Cites/year:	28.18	
Cites/paper:	2.35	
Authors/paper:	1.69	
h-index:	9	
g-index:	13	
hI,norm:	8	
hI,annual:	0.73	
hA-index:	6	
Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:	43,18,7,1,0	

Gambar 1. Results dari Publish or Perish

Penjelasan dari gambar di atas, ialah hasil analisis data Publish or Perish memperlihatkan hasil relults dari setiap jurnal yang dipakai, publikasi setiap tahunnya dari 2010 sampai dengan 2021 saat ini. Dari hasil pencarian dokumen yang dicari dengan keywords: “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia” Impact of South Korean Culture Exposure and Twitter Use on Indonesian Teenagers' Communication Behavior) menghasilkan 692 dokumen.

Setelah sudah terfokus kepada media sosial, budaya Korea Selatan, dan komunikasi menjadi 132 dokumen yang sesuai materi dari watchwords. Jumlah artikel yang dapat ditemukan dengan jumlah sitasi terhadap artikel tersebut; Dari kutipan rata-rata per makalah, per penulis, per penulis, dan kutipan per tahun; Hirsch H-Record dan boundary yang berkaitan; Egge G-List; Rata-rata peningkatan H-indek individu; Tingkat kutipan berdasarkan usia artikel; Analisis jumlah penulis per makalah.

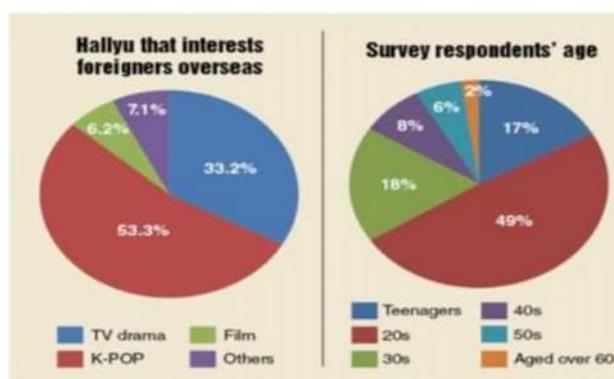


Gambar 2. Hasil dari penyaringan jurnal yang relevan dari Mendeley.

Penjelasan dari gambar di atas, merupakan hasil dari penjelasan bahwa Mendeley dapat menyaring jurnal- jurnal dan terbilang relevan dari banyaknya jurnal yang ada sudah dalam pencarian di Publish or Perish.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data PoP (Publish or Perish) memperlihatkan tren penulisan “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia” (Impact of South Korean Culture Exposure and Twitter Use on Indonesian Teenagers' Communication Behavior) semakin bertambah setiap tahunnya (tahun 2021). Namun untuk analisis VOS Viewer dianalisis publikasi 12 tahun terakhir sesuai dengan kebaruan ilmu pengetahuan dengan tema “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia” (Impact of South Korean Culture Exposure and Twitter Use on Indonesian Teenagers' Communication Behavior). Pencarian data bisa juga melalui 3 kata kunci yaitu budaya Korea Selatan, Komunikasi Remaja Indonesia, dan Penggunaan media sosial. Penyebaran Budaya Korea Selatan ini tidak akan mudah masuk ke berbagai belahan dunia, khususnya Indonesia jika tidak ada perantara dalam penyebarannya. Dalam hal ini, media telah berperan menjadi tempat atau wadah yang menghasilkan budaya massa atau disebut juga budaya populer. Dimana budaya massa telah menggantikan berbagai budaya tradisional atau budaya rakyat dan kini telah mendominasi produk-produk serta minat konsumsi barang- barang material maupun hiburan di Indonesia, karena memang sejatinya budaya populer merupakan budaya yang didorong oleh motif untuk meraup laba, dan begitu juga dengan media yang memerlukan hal-hal menarik untuk menambah penghasilan mereka.



Sumber: Korean Tourism Organization

Gambar 3. Hasil dari diagram lingkaran.

Peran media di Indonesia tentu sangat besar dari terjadinya fenomena ini. Media seolah menggiring masyarakat bahwa berbagai hal yang "berbau" Korea Selatan saat ini adalah hal yang withering In vogue. Febrianti, (2021) mengatakan bahwa ada beberapa bentuk budaya populer Korea yang sedang terjadi dan telah merasuki hampir setiap sisi kehidupan sosial dalam masyarakat Indonesia, yaitu:

a. K-pop Music dan Boyband Girlband Korea

Ketenaran musik-musik dan grupband asal Korea semakin melaju pesat hingga membawa produk-produk industri tersebut menjadi salah satu penyumbang terbesar bagi perkembangan ekonomi di Korea Selatan. Musik dan lagu-lagu asal Korea Selatan memang terdengar lebih trendy dan sangat mudah untuk diserap serta diingat oleh berbagai kalangan apalagi bagi kaum remaja, perkembangan industri musik Korea yang sangat pesat dan bahkan telah mendunia membuat lagu-lagu Korea menjadi lebih nyaman didengarkan dimanapun diputar. Negara Indonesia juga termasuk menjadi salah satu negara yang memiliki penggemar dari idol K-Pop terbanyak dari seluruh dunia.

b. Kuliner asal Korea Selatan

Kuliner asal Korea Selatan semakin dikenal dunia melalui tayangan serial drama Korea yang tak diragukan lagi kepopulerannya. Mulai dari makanan khas hingga makanan instan yang selalu saja muncul dimanapun dan apapun genre drama Korea yang sedang tayang, hal tersebut menjadi penyumbang terbesar dari kepopuleran makanan dari negeri Ginseng ini semakin menyebar luas.

Salah satu contoh nyata yang dapat kita temui saat ini mengenai kepopuleran makanan khas Korea Selatan yang sudah sangat umum dikenal di Indonesia yaitu kimchi yang merupakan makanan yang terbuat dari fermentasi sayur-sayuran dengan tambahan bumbu-bumbu khas dari Korea, dan juga ada satu lagi makanan khas yang amat populer hingga di Indonesia pun banyak sekali bermunculan produk-produk instan dari kuliner satu ini yaitu Toppoki, Samyang, Corn Dog dan lain sebagainya.

c. Fashion Korea

Salah satu dari trend fashion yang sangat banyak digemari kalangan anak muda saat ini yaitu fashion dari Korea Selatan. Terlihat dari penampilan anak-anak muda sekarang yang semakin ingin terlihat seperti artis-artis Korea. Korea memunculkan berbagai ciri khas dunia industri modern mereka melalui idol-idol K-pop yang kepopulerannya telah menyebar ke seluruh belahan dunia. Tampilan gaya yang terlihat modern dan bebas, membuat fashion Korea semakin tahun semakin populer. Perkembangan fashion dari tahun ketahun pun terus-terusan diikuti oleh kalangan remaja diberbagai belahan dunia, salah satunya Indonesia.

d. Bahasa dan Simbol Populer dari Korea

Saat ini pun ketika seseorang ingin mengungkapkan perasaan kasih sayangnya, tak tidak setuju mereka menggunakan kata "sarangheyo" yang artinya "aku cinta kamu" dalam bahasa Indonesia, ataupun "annyeong haseyo" sebagai kata untuk mengucapkan salam kepada seseorang. Kata-kata yang terdengar ringan inilah yang membuat bahasa Korea semakin mudah di serap oleh kaum anak muda di dunia juga bahkan di Indonesia. Selain bahasa, anak-anak muda saat ini tak tidak setuju juga ikut menirukan simbol-simbol gerakan yang setuju di saksikan dalam serial drama Korea ataupun yang dipertontonkan oleh para idola dan selebriti asal Korea Selatan. Salah satunya yaitu simbol finger heart atau jari cinta yaitu gerakan membetuk simbol love antara jari telunjuk dan jempol, simbol ini telah merambah keseluruhan lapisan masyarakat.

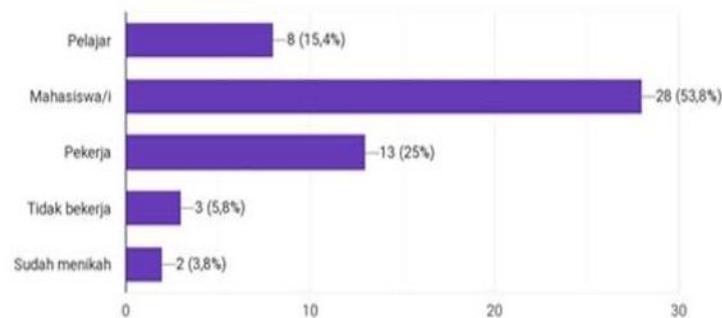
Strategi dalam komunikasi virtual sendiri diartikan sebagai bagian dari pentingnya suatu compositions yang menyebarluaskan budaya pop Korea di negara Indonesia, terutama pada saat ini. Hal tersebut tidak lain dikarenakan adanya peran penting dari media (Television, YouTube, Instagram, terutama Twitter) yang tidak akan berhenti memblow-up

fenomena pop Korea tersebut secara tren pop Korea saat ini sangatlah ramai diperbincangkan. Twitter yang menjadi salah satu media sosial yang mempunyai peran penting dalam hal tersebut, hadir dengan semua informasi yang diberikan oleh para penggemar atau awam. Seperti halnya berita tentang drama, film, dan K-Pop dengan ruang maya yang luasa dan lebih mudah saling interaktif. Penyebaran pesan-pesan ini tidak hanya berupa pesan tertulis yang akan berupa informasi terbaru ataupun hal-hal yang paling terupdate mengenai pop Korea namun dapat berupa dengan video maupun gambae dan lagu (Umilasari, 2020).

Demam K-pop di hampir seluruh belahan dunia merajai hampir sebagian anak muda di dunia. Bukan hanya pada musik dan juga budaya Korea, namun gelombang Korea ini juga merambat hingga kebahasa Korea dan peniruan dari simbol-simbol gerak tubuh yang setuju ditampilkan oleh para idol K-pop. Bahasa Korea Selatan yang begitu setuju kita dengarkan di serial drama Korea membuat pelapalan dari kata-kata bahasanya pun terdengar unik dan tidak lagi begitu asing ditelinga. Saat ini pun ketika seseorang ingin mengungkapkan perasaan kasih sayangnya, tak tidak setuju mereka menggunakan kata “sarangheyo” yang artinya “aku cinta kamu” dalam bahasa Indonesia, ataupun “annyeong haseyo” sebagai kata untuk mengucapkan salam kepada seseorang. Kata-kata yang terdengar ringan inilah yang membuat bahasa Korea semakin mudah di serap oleh kaum anak muda di dunia juga bahkan di Indonesia.

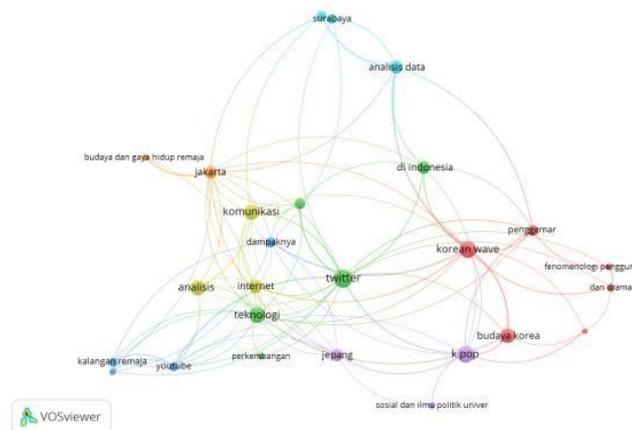
Ketika suatu hal telah dikonsumsi secara luas oleh publik maka secara tidak langsung perlahan hal tersebut akan semakin familiar dan menjadi hal biasa yang dilihat oleh masyarakat. Media memiliki power yang sangat kuat untuk menjadikan sebuah hal bertransformasi menjadi sebuah budaya baru, bahkan menjadi sebuah budaya populer. Berbagai produk hasil karya menjadi bagian yang tak terlepas dari besarnya pengaruh media. Ketika suatu produk telah “viral” maka akan semakin besar pula permintaan pasar akan ketersediaan produk tersebut, baik itu produk kecantikan dan fashion, kuliner, hingga merambah keberbagai industri seperti penampilan musik maupun pertimbangan akan pembangunan di suatu negara ataupun wilayah. Dalam hal ini, budaya populer Korea Selatan ternyata menjadi salah satu budaya populer yang sedang melambung tinggi, khususnya di Indonesia.

Menurut Umilasari (2020), proses penyebaran budaya Korea di dunia khususnya di Indonesia, pada umumnya bisa dikatakan bahwa Hallyu mendorong orang-orang untuk menerima dan mempelajari dari bahasa dan budaya Korea Selatan itu sendiri. Dengan itu budaya pop Korea Selatan akan menjadi budaya massa yang akan mudah dan dapat diterima oleh beberapa kalangan dan akan terus berkembang dari generasi saat ini ke generasi selanjutnya. Hal tersebut juga akan berkembang melampaui batas dari Negara. Korea Selatan sendiri juga sekaligus dari budaya didalamnya mempunyai ciri khasnya tersendiri yang bisa menjadi daya tarik yang sangat besar mengakibatkan jumlah pencintanya akan selalu bertambah dari waktu ke waktu. Contohnya seperti dari kalangan pecinta Idol K-Pop sendiri akan bisa menjadi penggemar yang loyal dengan Idol mereka, dan para penggemar tersebut akan mengalami regenerasi dari Idol maupun penggemarnya seperti Idol keluaran tahun 90an atau generasi pertama biasa mempunyai penggemar yang sudah memiliki keluarga, dan dari generasi kedua dan ketiga tahun 2000-2014 akan kebanyakan mempunyai penggemar yang sudah menjadi pekerja atau mahasiswa sedangkan dari generasi keempat saat ini kebanyakan akan mempunyai penggemar dari SD sampai SMA.



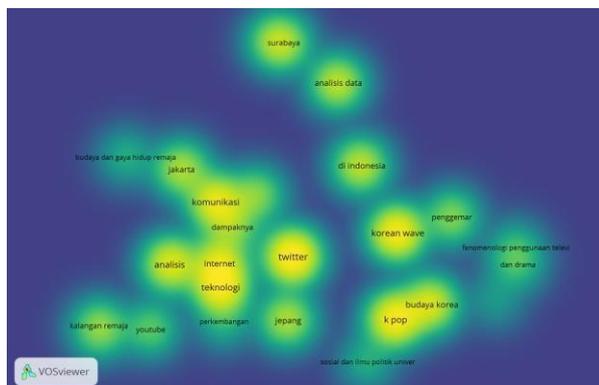
Gambar 4. Hasil dari diagram batang.

Dalam perkembangan emosi yang ada pada remaja akan menjadi lebih tinggi dan banyak daripada masa anak-anak. Hal ini terjadi karena remaja dapat mengalami tekanan di bawah sosial dan lebih akan menghadapi kondisi dan lingkungan yang baru lagi. Remaja yang dipenuhi oleh berbagai keinginan ketertarikan pada berbagai hal tentu menjadi fase yang sangat rentan dalam pembentukan perilaku dan sikap yang didorong oleh banyaknya hal-hal baru yang ditemui remaja, salah satunya yaitu budaya-budaya yang mereka anggap baru dan sangat menarik untuk lebih didalami. Sifat remaja lebih mengacu pada keinginan-keinginan untuk mendapatkan dan mengikuti suatu hal masih sangat membara. Sifat remaja yang masih dalam rentang umur menuju kedewasaan tentu masih sangat labil dalam pengambilan keputusan dan pemilihan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan jati diri.



Gambar 5. Hasil dari analisis peta VOS Viewer

Penjelasan dari gambar di atas merupakan gambaran tentang analisis VOS Viewer dengan keywords: “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia” (Impact of South Korean Culture Exposure and Twitter Use on Indonesian Teenagers' Communication Behavior).



Gambar 6. Density Visualization VOS Viewer

Countries Negara dengan adanya jumlah publikasi yang paling banyak di bidang budaya Korea Selatan adalah Jepang dan Indonesia. Dari kedua negara tersebut juga merupakan pasar dari budaya Korea Selatan saat ini (Korean Wave), seperti dilihat dari promosi untuk pemasarannya lebih sering dan mengutamakan kepada dua negara ini, contoh seperti BTS,TXT, Secret Number, dan lainnya yang menjadi brand ambassador dari Tokopedia. Kemudian Shopee yang menggaet GOT7, Twice, BlackPink, dan lainnya untuk menjadi brand ambassador mereka. Sedangkan untuk negara Jepang, Korea Selatan lebih memilih untuk kerja sama dengan mereka untuk persoalan lagu dan animasi. Kenapa Korea Selatan lebih memilih dua negara itu, karena mereka tau bahwa dua negara tersebut lebih mempunyai minat pada Korean Wave itu sendiri.

KESIMPULAN

Hasil analisis yang diambil dari data Publish or Perish dan dengan aplikasi yang digunakan VOS Viewer akan sangat membantu sang peneliti untuk dapat menemukan jurnal yang lebih relevan kepada keywords: keywords: “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia” (Impact of South Korean Culture Exposure and Twitter Use on Indonesian Teenagers' Communication Behavior) publikasi dan dapat digunakan untuk membantu mencari referensi sesuai tema yang terkait. Pencarian dari 3 kata kunci yaitu budaya Korea Selatan, Komunikasi Remaja Indonesia, dan Penggunaan media sosial. Kemudian dari penjelasan dari ialah analisis data Publish or Perish memperlihatkan hasil relults dari setiap jurnal yang dipakai, publikasi setiap tahunnya dari 2010 sampai dengan 2021 saat ini. Dari hasil pencarian dokumen yang dicari dengan keywords: “Dampak Terpaan Budaya Korea Selatan dan Penggunaan Twitter Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Indonesia”. Dan dari analisis data dari VOS Viewer juga menyatakan bahwa ada dua negara yang lebih dominan untuk mengikut budaya Korea Selatan ini yaitu Jepang dan Indonesia, karena mereka juga tau pasar mereka adalah di dua negara tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adelia, A. R., & Surwati, C. H. D. (n.d.). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN DRAMA KOREA GENRE ROMANTIS TERHADAP PERILAKU SEKS REMAJA. In *jurnalkommas.com*. <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal D1219004.pdf>

- ADI, G. K. H. (2019). *KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)*. Fakultas Ilmu Budaya.
- Agnensia, N. P. (2019). *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram*. repository.unair.ac.id. <http://repository.unair.ac.id/87304/>
- Aisyah, S. (n.d.). Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55587>
- Akhmad, R. A., Unde, A. A., & Cangara, H. (2018). Fenomenologi Penggunaan Televisi Dan Media Sosial Dalam Menyikapi Budaya Pop Korea Di Kalangan Remaja Makassar. ... : *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5246>
- Amirah, I. (n.d.). Budaya Populer Korea Selatan (K-Pop) dan Perilaku Konsumtif Penggemar Grup Musik Korea Selatan: Studi Kasus Exo-L Markas Lotto. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55376>
- Fatmawati, S., & Ali, D. S. F. (2017). Motif Interaksi Sosial Role-player Pada Mahasiswa Universitas Telkom Di Social Networking Twitter. *EProceedings* <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/5120>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi massa*. repositori.uin-alauddin.ac.id. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/>
- Herlina, R., Ahdiati, T., & Makhasin, L. (2017). *Kolonialisasi Budaya Korea Melalui K-Drama Populer Di Indonesia*. academia.edu. <https://www.academia.edu/download/56594001/artikel.pdf>
- Imran, H. A. (2010). Pola Aktifitas Komunikasi Pengguna Internet melalui Situs Jejaring Sosial. In *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. academia.edu. https://www.academia.edu/download/38278063/JEJARING_SOSIAL_naskah.2_PDF.pdf
- Masse, M. R. (2017). Network Society, Internet, dan Aktivitas Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*. <https://202.89.117.136/index.php/jskm/article/view/210203>
- MT, M. F. (2020). Peranan Teknologi Audiovisual dalam Fenomena Hallyu sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. <https://journals2.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/2729>
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan. In *Jurnal Ilmiah Sosiologi*. academia.edu. <https://www.academia.edu/download/56370381/12804-1-23760-1-10-20150420.pdf>
- Putri, K. A. (2019). *GAYA HIDUP GENERASI Z SEBAGAI PENGGEMAR FANATIK KOREAN WAVE*. Fakultas Ilmu Budaya.
- Rahmawati, I. (2014). *Pengaruh tayangan korean wave Di internet terhadap perilaku komunitas Korean beloved addict (KBA)*. repository.uinjkt.ac.id. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26289>

- Sari, D. K. (n.d.). Penggunaan Media Sosial di Indonesia dalam Perspektif Social Construction of Technology. In *Information and Communication Technology*. eprints.ums.ac.id. <http://eprints.ums.ac.id/85778/1/18>. Information and Communication Technology%2C dan Literasi Media Digital.pdf#page=22
- Syam, N. R. (2019). *Strategi Manajemen Radio Telstar dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop*. repositori.uin-alauddin.ac.id. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/19286/>
- Wardani, E. P., Kusuma, R. S., & Kom, M. I. (2021). *Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Fandom Army Di Twitter)*. eprints.ums.ac.id. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/93583>