

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. Y. (2024). Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Yayasan Insan Kamil.
- Andriani. (2011). *Konsumtif Pada K-Popers (Penggemar K-pop)*.
- Baker, C. (2008). *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreaasi Wacana.
- Baudrillard, J. (2000). *The Vital Illusion*. New York: Columbia University Press.
- Cohen, J. (2014). *Mediated Relationships and Social Life: Mediated relationships and social life: Current research on fandom, parasocial relationships, and identification*. Routledge/Taylor & Francis Group.
- Fadli, R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*.
- Hadi, S. (1986). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hartmann, T. (2008). *Mediated Interpersonal Communication*. Amsterdam: Lawrence Erlbaum Associates.
- Haryani, I. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*.
- Haryatmoko. (2016). *Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: PT Kanisius.

- Haryatmoko. (2022). *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hidayatulloh, N. (2022). Interaksi Parasosial Idol NCT dalam Membangun Kedekatan dengan NCTZen. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*.
- Illah, I. A. (2021). Analisis Hiperrealitas Pada Pemenuhan Kebutuhan Fashion Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Iain Kediri Angkatan 2018). (*Vol. 104, Issue 104*).
- J. Paul Peter, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poarches : Television Fans and Participatory Culture*. London: Routledge.
- Jihye, K. (2020, May 25). 몸은 멀어졌는데, 마음은 더 가깝네…코로나 시대, 팬들과의 소통 ‘유료화’ 하는 K팝. Retrieved from khan.co.kr: <https://www.khan.co.kr/article/202005251535011>
- Johnstone, B. (2010). *Dell Hymes and the Etnography of Communication*. Pittsburgh.
- Jonathan Gray, C. L. (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York University Press.

- Jung-youn, L. (2024, Februari 05). *Band Lucy aims to expand spectrum, with music full of childhood reminiscence*. Retrieved from The Korea Herald: <https://www.koreaherald.com/article/3320636>
- Kadewandana, A. S. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *Journal of Strategic Communication*.
- Khanisyahira, A. (2023). *Analisis Interaksi Parasosial Pada Celebrity PR: K-pop (Studi Pada Praktik Penggunaan Aplikasi Fandom DEAR U Lysn Bubble)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Kineta H Hung, K. W. (2011). Assessing Celebrity Endorsement Effects in China: A Consumer-celebrity Relational Approach. *Journal of Advertising Research*.
- Kusumadinata, A. A. (2023). Hubungan Positif Interaksi Parasosial Penggemar Band Why Don't We Terhadap Pelajar. *Gema Kampus" IISIP YAPIS Biak*.
- Lailil Achmada, F. S. (2014). Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea di Korea Lovers Surabaya Community (Kloss Community). *Paradigma*.
- Liliweri, A. (2002). *Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya*. Yogyakarta: PT Lukis Pelangi Aksara.
- Malau, R. S. (2021). *Perilaku Konsumtif Penggemar NCT (Studi Deskriptif Perilaku Konsumtif Penggemar Boygroup NCT Melalui Media Sosial Twitter Di Kota Bandung)*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia Bandung.

- McHugh, R. B. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- McLuhan, M. (1965). *Understanding Media*. New York: Mentor.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media The Extensions of Man*. London: MIT Press.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Ngarasati, S. A. (2015, November 5). *Teori Jean Baudrillard Sosiolog Perancis*. Retrieved from Pendidikan Sosiologi dan Antropologi : <https://blog.unnes.ac.id/sekararumngarasati/2015/11/05/jean-baudrillard/>
- Nugroho, S. A. (2011). *Hallyu di Indonesia: selama dekade pertama di abad ke-21*. Yogyakarta: INAKOS.
- Nursanti, M. I. (2013). nalysis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online*.
- Putri, A. N. (2024). *Interaksi Parasosial Antara Penggemar dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse*.
- Putri, I. P. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*.
- Rahmawati, I. (2014). Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict.
- Renita, D. D. (2024). Bentuk Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial X. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*.

- Ritzer, G. (2009). *Teori Sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Robin L. Nabi, M. B. (2009). *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. California: SAGE Publications.
- Sandy Agum Gumelar, R. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognicia*.
- Santoso, D. H. (2014). Mobilisasi Sosial dalam Ruang Virtual : Studi Etnografi Virtual. *Jurnal Pekommas*.
- Saumantri, T. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- teknikm, H. (2008). The PSI-Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes. *Communications*.
- Siyoung Chung, H. C. (2014). Parasocial relationship via reality TV and social media: Its implications for celebrity endorsement. *In Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video*.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behaviour: Buying, Having, Being*. New Jersey: Pearson Learning Solutions.
- Soyeon, K. (2020, Oktober 31). [연예 마켓+] "으뜸아, 나에게만 속삭여 주!"... 팬덤도 비대면 소통이 대세!. Retrieved from hankyung.com: <https://www.hankyung.com/life/article/202010307740H>

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Thohiroh, A. Q. (2015). *Perilaku konsumtif melalui online shopping fashion pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Valenciana, C. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*.

West, R. T. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Wohl, D. H. (1956). *Mass communication and para-social interaction; observations on intimacy at a distance*. Psychiatry.

Wohl, D. H. (1982). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Drama in Life: The Uses of Communication in Society*.

Wulandari, S. (2023). Hiperrealitas dalam Fandom K-Pop (Studi Kasus Fandom Shinee-Shawol). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.

Yejin, J. (2021, Oktober 17). "스타의 일상이 궁금해"...팬심 일/0 5000 원

기입됐다. Retrieved from hankyung.com:

<https://www.hankyung.com/economy/article/2021101729081>

LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Perkenalan Diri

1. Siapa namanya? Berapa usia dan pekerjaannya apa?
2. Sudah berapa lama jadi Walwal?
3. Mengapa menjadi walwal? Apa yang membuat anda tertarik dengan Lucy Band?
4. Apakah anda sering mengikuti *update* Lucy Band? Umumnya di aplikasi apa? dan seberapa sering anda mengakses aplikasi tersebut?
5. Apakah anda sering berkumpul bersama Walwal lain?

B. Aplikasi Bubble

1. Apakah sebelumnya anda pernah menggunakan bubble?
2. Apakah anda masih *subscribe* Bubble Lucy Band? sejak kapan *subscribe* Bubble Lucy Band?
3. Seberapa sering anda membuka aplikasi Bubble?
4. Apa alasan anda menggunakan Bubble? Meskipun ada sosial media lain, tapi mengapa harus Bubble?
5. Apa perbedaan interaksi dengan Lucy Band di Bubble dibanding dengan sosial media lain?
6. Jenis pesan apa yang biasanya diterima dari Lucy Band?
7. Konten pesan apa yang paling anda suka? Lalu bagaimana perasaannya?

C. Hubungan Parasosial

1. Bagaimana perasaan anda ketika mendapat pesan dari Lucy Band?
2. Apakah anda pernah merasa bahwa pesan dari Lucy Band ditujukan khusus untuk anda?
3. Apakah anda merasa bahwa pesan-pesan yang dikirim oleh Lucy Band memengaruhi persepsi anda dalam melihat Lucy Band dalam keseluruhan?
4. Apakah anda pernah menangis karena Lucy Band?

5. Jika ada anggota Lucy Band yang sedang sakit, bagaimana anda memberi pesan kepada anggota Lucy Band?
6. Jika ada anggota Lucy Band yang sedang terkena masalah di sosial media dan menyebabkan kontroversi, bagaimana anda memberi pesan kepada anggota Lucy Band?
7. Bagaiman perasaan anda ketika Lucy Band tidak aktif di Bubble?
8. Selama anda berinteraksi dengan Lucy Band, apakah ada pengaruh terhadap kehidupan nyata anda?
10. Selama anda menjadi Walwal atau berinteraksi dengan Lucy Band, apakah anda merasa ada perubahan dalam berhubungan dengan keluarga, teman, atau orang terdekat?
11. Apakah anda pernah berbincang dengan orang lain terkait pesan-pesan yang ada di Bubble?
12. Apakah anda merasa bahwa anda memiliki kesamaan dengan anggota Lucy Band?
13. Apakah anda merasa mempunyai teman atau pasangan ketika berinteraksi dengan Lucy Band?
14. Apakah anda ingin memiliki pasangan seperti anggota Lucy Band?
16. Apakah standar pasangan ideal anda menjadi semakin tinggi akibat melihat Lucy Band?

Lampiran 2**LEMBAR PERSETUJUAN INFORMAN 1**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya Media, ISBI Bandung, yaitu:

Nama : Syalina Kurnia

NIM : 213232068

Judul : Aplikasi Bubble sebagai Medium Ilusi Parasosial pada Penggemar *K-Pop*

Lucy Band (Walwal)

Saya telah menerima penjelasan dari peneliti terkait dengan segala sesuatu mengenai penelitian ini. Saya mengerti bahwa informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Selain itu, jawaban yang saya berikan adalah jawaban sebenarnya sesuai dengan apa yang diketahui tanpa ada paksaan dari pihak lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 7 Maret 2025

Informan



(Mei)

LEMBAR PERSETUJUAN INFORMAN 2

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya Media, ISBI Bandung, yaitu:

Nama : Syalina Kurnia

NIM : 213232068

Judul : Aplikasi Bubble sebagai Medium Ilusi Parasosial pada Penggemar *K-Pop*

Lucy Band (Walwal)

Saya telah menerima penjelasan dari peneliti terkait dengan segala sesuatu mengenai penelitian ini. Saya mengerti bahwa informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Selain itu, jawaban yang saya berikan adalah jawaban sebenarnya sesuai dengan apa yang diketahui tanpa ada paksaan dari pihak lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 7 Maret 2025

Informan



(Nisrina Salsabila)

LEMBAR PERSETUJUAN INFORMAN 3

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya Media, ISBI Bandung, yaitu:

Nama : Syalina Kurnia

NIM : 213232068

Judul : Aplikasi Bubble sebagai Medium Ilusi Parasosial pada Penggemar *K-Pop*

Lucy Band (Walwal)

Saya telah menerima penjelasan dari peneliti terkait dengan segala sesuatu mengenai penelitian ini. Saya mengerti bahwa informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Selain itu, jawaban yang saya berikan adalah jawaban sebenarnya sesuai dengan apa yang diketahui tanpa ada paksaan dari pihak lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 12 Maret 2025

Informan



(Nindi)

LEMBAR PERSETUJUAN INFORMAN 4

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya Media, ISBI Bandung, yaitu:

Nama : Syalina Kurnia

NIM : 213232068

Judul : Aplikasi Bubble sebagai Medium Ilusi Parasosial pada Penggemar *K-Pop*

Lucy Band (Walwal)

Saya telah menerima penjelasan dari peneliti terkait dengan segala sesuatu mengenai penelitian ini. Saya mengerti bahwa informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Selain itu, jawaban yang saya berikan adalah jawaban sebenarnya sesuai dengan apa yang diketahui tanpa ada paksaan dari pihak lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 14 Maret 2025

Informan



(Ulfah)

LEMBAR PERSETUJUAN INFORMAN 5

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya Media, ISBI Bandung, yaitu:

Nama : Syalina Kurnia

NIM : 213232068

Judul : Aplikasi Bubble sebagai Medium Ilusi Parasosial pada Penggemar *K-Pop*

Lucy Band (Walwal)

Saya telah menerima penjelasan dari peneliti terkait dengan segala sesuatu mengenai penelitian ini. Saya mengerti bahwa informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Selain itu, jawaban yang saya berikan adalah jawaban sebenarnya sesuai dengan apa yang diketahui tanpa ada paksaan dari pihak lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 8 April 2025

Informan



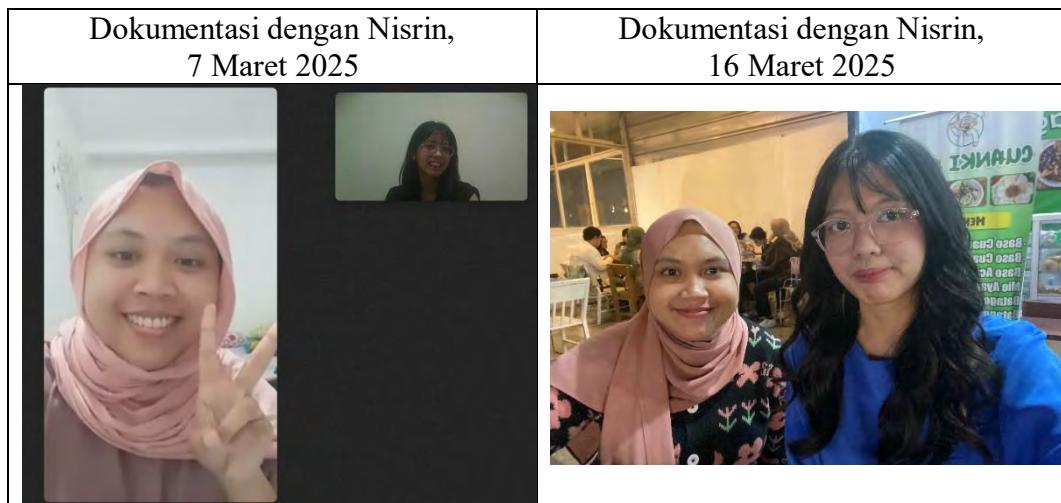
(Domi)

Lampiran 3**BIODATA & DOKUMENTASI INFORMAN**

1. Nama : Mei
Usia : 23 tahun
Pekerjaan : Perawat
Domisili : Kota Bandung

Dokumentasi dengan Mei, 7 Maret 2025	Dokumentasi dengan Mei, 16 Maret 2025
	

2. Nama : Nisrin
Usia : 23 tahun
Pekerjaan : *Graphic Designer*
Domisili : Kota Bandung - Kabupaten Bandung



3. Nama : Nindi
 Usia : 29 tahun
 Pekerjaan : Bekerja di industri farmasi
 Domisili : Kopo, Kota Bandung



4. Nama : Ulfah
 Usia : 22 tahun
 Pekerjaan : Ahli Teknologi Laboratorium Medis di Kimia Farma
 Domisili : Cileunyi, Kabupaten Bandung



5. Nama : Domi
Usia : 21 tahun
Pekerjaan : Mahasiswi
Domisili : Buah Batu, Kota Bandung

Dokumentasi dengan Domi, 8 April 2025	Dokumentasi dengan Domi, 12 April 2025
	