

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 266–277. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Kahfi, M., Maulana, Z., & Febriyanto, B. (2021). Perencanaan Pengumpulan Data sebagai Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 71–88. <https://doi.org/10.15294/pls.v5i1.30883>
- Diva, S. F., & Christin, M. (2021). Pengaruh Campaign #TOKOPEDIAWIB Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kuantitatif pada Pengikut Akun Twitter @tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7033–7047.
- Kat Moon. (2019). *Everything to Know About K-Pop Group Twice*. <https://time.com/5671342/twice-k-pop-everything-to-know/%0A>
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismofficialshop Terhadap Brand Image Meccanism. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.302>
- Kumparan. (2017). *Generasi Grup K-Pop dari Masa ke Masa*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparankpop/generasi-grup-k-pop-dari-masa-ke-masa>
- Lee, S. J. (2011). *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 2(1), 2.
- Liliweri, A. (2019). *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi*. PT Citra Aditya.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory, Fifth Edition*. London: Sage Publication.
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*

- Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mineri, N. C., & Purnomo, A. R. P. (2023). Hallyu Wave Di Indonesia: Penerimaan Khalayak Terhadap Brand Ambassador Idol K-Pop Di Indonesia. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.35842/massive.v3i1.79>
- Mukhlis, K., Cangara, H., & Wahid, U. (2023). Analisis Resepsi Budaya Populer Korean Pop Dengan Perubahan Gaya Hidup Diaspora Indonesia di Penang. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 10–15. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.12951>
- Nyarimun, J. A., & S., A. (2017). *Musik KPOP sebagai alat diplomasi dalam soft power Korea selatan*. universitas satya negara Indonesia.
- Pamungkas, A. D., & Latabulo, D. D. J. (2023). Interpretasi Nctzen Mengenai Citra Nct Dalam Postingan Goyang Mendung Tanpo Udan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 31–43. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2314>
- Purwonegoro, E. N. A. (2018). Analisis Konten Iklan Pocari Sweat yang Ditayangkan di Televisi. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 99–106. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.181>
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86–96.
- Rauf, Abdul. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania
- Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). Ketertarikan Konsumen Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Distribusi*, 8(2), 149–162.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tuk, W. (2012). *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?* Netherlands: Leiden University.
- Tutiasri, R. P. (2023). Analisis Resepsi Remaja pada Nilai Budaya dan Religius dalam Iklan Sirup Marjan (Edisi Baruna Sang Penjaga Samudera). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 4961–4967. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2386>

- Valentina, A., & Istriyani, R. (2017). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.22146/jps.v2i2.30017>
- Wulandari, I., & Kartika, T. (2020). Reteritorialisasi Kelompok Penggemar Budaya Populer Korea: Reproduksi Identitas Terhadap Korean Wave. *JSSH: Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 167–181.