

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Hawa, E. F. (2024). Pengaruh E-WOM, Citra Merek, E-Commerce, dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL ILMUKOMUNIKASI VOL21, NO 1*, 19-38.
- Aji, N. W., & Setiyadi, D. B. (2020). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN BERSASTRA. *METAFORA*, VOL.6 (147-157).
- Aulia, P., & Lubis, M. S. (2020). PERANAN DRAMA KOREA DESCENDANTS OF THE SUN DI TELEVISI DALAM PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA UNIVERSITAS DHARMAWANGSA. *Jurnal Network MediaVol: 3No. 2*, 28-38.
- Balqis, R. P. (2025). DINAMIKA BUDAYA POPULER DAN PERAN BUDAYA MASSA DALAM ERA KONTEMPORER. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 8 Nomor 1*, 2422-2428.
- Bahtiarachim, B., & Vania, A. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Saff N Co. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3 (1055-1063).
- Can, D. W. (2023). Pengaruh Film Korea Terhadap Minat Penonton Mahasiswa Film di Universitas Multimedia Nusantara. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 59-65.
- Chandra, E. (2023). KEKUATAN ALGORITMA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL APLIKASI TIKTOK. *MAHA WIDYA DUTA*, Vol 7 (191-200).
- Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI*, 331-357.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Waris, L. (2022). METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF.
- Fitri, N. (2024). Pengaruh Influencer dan E-Wom terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk N'pure di Tangerang Selatan dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis Volume. 1 No. 1*, 305-320.

- Fitriyadi, I. A., & Alam, G. N. (2020). Globalisasi Budaya Populer Indonesia (Musik Dangdut) di Kawasan Asia Tenggara. *Padjadjaran Journal of International Relation (PADJIR)*, 251-269.
- Firamadhina1, F. I., & Krisnani, H. (2020). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Jurnal*, Vol.10 (199-208).
- Fatimah, & Rahma, S. A. (2025). Pengaruh Budaya Pop Global Terhadap Nilai dan Identitas Generasi Z pada Masa Kini. *CENDIKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 273-285.
- Gustam, R. R. (2015). KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER KOREAN POP DI KALANGAN KOMUNITAS SAMARINDA DAN BALIKPAPAN. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 224-241.
- Hafifah, D. H., & Urfan, N. F. (2024). Representasi Karakter Alpha Female Dalam Drama Korea Queenmaker Abstract Dinda Hafid Hafifah1*, Noveri Faikar Urfan2. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, Vol 7, No. 2, September, 416-429.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.
- Hendytami, N., Rijal, N. K., & Prinanda, D. (2022). HOMOGENISASI BUDAYA DAN PENGARUH TEKNOLOGI: KOREAN WAVE SEBAGAI BUDAYA GLOBAL. *JURNAL NOKEN ILMU SOSIAL*, 205-218.
- Kencana, N. (2022). EDUKASI MEDIA DAN POPULAR CULTURE DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL DI KALANGAN REMAJA. *URNAL ABDIMAS MANDIRI VOLUME 6 No. 3*, 180-185.
- Kotler, & Keller. (2016). *MARKETING MANAGEMENT 15e*.
- Maria, D., Poerana, A. F., & Ramadhani, M. (2024). Fenomena Menonton Drama Korea Pada Kalangan Wanita Karier (Studi Fenomenologi Pada Kalangan Wanita Karier Di Kota Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 313-322.
- Marini, S., Aprilia, L. R., & Wibawa, I. S. (Vol. 6 No. 2). Efektivitas Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 482-497.

- Muhlisiun, A. (2025). Candu Drama Korea : Sinematik, Media Sosial dan Air Mata. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 10-17.
- Murtiawani, A., Fatimah, A. N., Rizki, M. F., Sari, W. P., & Seyma, Q. N. (2025). Komunikasi Persuasif Trailer Serial Drama dalam Menarik Minat Audiens. *IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA* , Vol. 8 (01), 62-82.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Hospitality*, Vol 11 (291-296).
- Nasution, F. F., & Batubara, A. K. (2024). Eksistensi Sosial Mahasiswa di Era Instagram: Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Perilaku. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 859-872.
- Nurhaliza, S., Anjani, F., & Sijabat, R. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU FOMO DRAMA KOREA OLEH GEN Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, Vol.3, No.1 Januari .
- Nyoko, A. E., & Samuel, A. D. (2021). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, Vol.14, No.1, 63-76.
- Nurhaliza, S., Anjani, F., & Sijabat, R. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU FOMO DRAMA KOREA OLEH GEN Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*.
- Putri, I. P., Liany, D. F., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 68-80.
- Pratama, I. M., Rasyid, A., & Desky, A. F. (2022). EFEK K-POP PADA PERILAKU KOMUNITAS ARMY MEDAN BORAHE. *Jurnal Ilmu Sosial Vol. 1, No.11*, 993-1004.
- Prihartini, D., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank. *CALATHU: Jurnal Ilmukomunikasi*, 56-67.

- Prima, A. D. (2022). ANALISIS ISI FILM “*THE PLATFORM*”. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION AND DESIGN (JDCODE)*, 127-136.
- Qorib, F., & Fitri, O. (2023). Fenomena dan Pandangan Pria dalam Menonton Drama Korea. *Indonesian Social Science Review (ISSR)*, Volume 1 Nomor 1 Pg 75 - 86.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digita. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume 3, Nomor 1.
- Rivero, V., & Facrureza, D. (2024). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM SEJARAH JAKARTA. *INSPIRE : Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, Vol. 2 No 2 Desember: 63-71.
- Suryani, T., & Cordova, F. F. (2023). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA 4.0 MENUJU 5.0 Implikasinya pada Strategi Pemasaran*.
- Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D.
- Solomon, R. M., & Russell, C. A. (2024). *CONSUMER BEHAVIOR BUYING, HAVING, and BEING 14E*.
- Storey, J. (2018). *CULTURAL THEORY AND POPULAR CULTURE. AN INTRODUCTION, EIGHTH EDITION*.
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). PREFERENSI MENONTON DRAMA KOREA PADA REMAJA. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 37-48.
- Utami, F. P. (2022). PERAN MINDFULNESS UNTUK MENGATASI FEAR oF MISSING OUT (FoMO) MEDIA SOSIAL REMAJA GENERASI Z : TINJAUAN LITERATUR. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Borneo*, (51-60).
- Yoon, H., & Lee, J. (2025). *Genre in Transnational Television: A Case of Netflix Originals Korean Dramas. Television & New Media*, 243-258.