

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim, Muhammad Yusuf, and Adrio Kusmareza Adim. 2025. "Interaksi Parasosial Pada Penggemar Streamer Youtube Jonathan Liandi." 12(3):1920–34.
- Anholt, Simon. (2016). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy, Vol.2, Issue. 1, Article. 1. <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.
- Alma (2020). Manajemen Ekuitas Merek, Terjemahan. Mitra Utama
- Astutik. 2016. "Berita Pemilihan Presiden TVRI Stasiun Jawa Tengah Periode 01-16 April 2019." 1–23.
- Astagini, N., Kaihatu, V., & Prasetyo, Y. D. (2017). Interaksi dan Hubungan Parasosial dalam Akun Media Sosial Selebriti Indonesia. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 67–93.
- Bungin, Burhan. 2010. "Analisis Data Penelitian Kualitatif."
- Cahyono, Aris Dwi. 2020. "Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit." *Jurnal Ilmiah Pamenang* 2(2):1–6. doi: 10.53599/jip.v2i2.58.
- Darmawati, & Kurnia, I. (2024). Studi Literatur : Analisis Interaksi Parasosial Fandom K-Pop Bts Army Di Pekanbaru Dalam Penggunaan Platform Weverse . *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 5510–5523.
- Fahrozi. 2024. "Pengaruh Konten Kanal Youtube Motomobi Terhadap Minat Subscriber Kalangan Remaja Untuk Menjadi Youtuber."
- Fatty faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir. 2023. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 16(1):28–42. doi: 10.1080/14639947.2015.1006801.
- Fauzan, Ahmad. 2019. "Penggunaan Media Youtube Dan Sikap Pengguna Media Youtube ( Studi Deskriptif Penggunaan Media Youtube Dan Sikap Pengguna Media Youtube Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako )." 6(3):247–54.
- Fawwazzain Sukmawan. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Menciptakan Personal Branding Seseorang." *Comit: Communication, Information and Technology Journal* 3(1):97–109. doi: 10.47467/comit.v3i1.3808.
- Hermansyah, Chairul Khuldan, Jibril Muhammad Arief, Saimam Abdel, and Cahyono Santoso. 2024. "Analisa Segmentasi Audiens Pada Youtube Channel." 3(01):1–9.

- Hwang, K., & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in Human Behavior*, 87, 155–173. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2018.05.029>
- Inadjo, Inayah Mawaddah, Benedicta J. Mokaluh, and Nicolaas Kandowangko. 2022. "Data Primer Dalam Penelitian." *Journal Ilmiah Society* 3(1):1–7.
- Khoiron, Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Vol. 17.
- Kusumadinata, A. A., & Arianti, S. (2023). Hubungan Positif Interaksi Parasosial Penggemar Band Why Don't We Terhadap Pelajar . *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(1).
- Kurniawan, Nadialista Gabriella, Sonia. 2020. "Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2(01):27–45.
- Kurniawan, Rinaldi. 2022. "Analisis Kepuasan Khalayak Channel Otomotif Youtube: Studi Kasus Pada Subscribers Motomobi, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang."
- ListSuio, Ahmad Budi. 2021. "Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis." *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding* 1–16.
- Marenza, Aghisty Firan, and Martha Heriniazwi Dianti. 2024. "Personal Branding " Gemoy " Prabowo ( Case Study On The Tiktok Account @ Partai Gerindra )." 3(4):209–18.
- Mustika Via Baharsah, and Munawaroh Munawaroh. 2025. "Analisis Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Modern." *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4(1):123–35. doi: 10.58192/profit.v4i1.2966.
- Maulana, S. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Taufan & Anna, Eds.; 1st ed.). Yrama Widya. Morissan.
- Octaviana, Inda. 2020. "Motif Subscriber Menonton Channel Youtube Otomotif Motomobi." 1–13.
- Panggabean, Rafi Bhagawanta, and Clara Novita Anggraini. 2024. "Analisis Isi Kolom Komentar Instagram Brand Sepatu @ Sepatucompass Pasca Perubahan Harga Produk Pada Periode 2023." 11(6):6551–59.
- Prameswari, Andyra. 2024. "Analisis Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Dalam Penggunaan Media Sosial Tiktok Skripsi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta."
- Putri, Ananda Noviasyri. 2022. "Fantasi Dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom

- ARMY BTS Di Media Sosial.” 4(2):171–92.
- Qadir, Abdul. 2024. “Media Sosial(Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya).” *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3(6):1–23.
- Rifkiabalgis, Syahna Agustirani. 2022. “Adiksi Media Sosial Pada NCTzen : Apakah Peranan Interaksi Parasosial Dan Fear of Missing Out?” 17(3).
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Saifudin, Dimas Aldi, and Achmad Mujab Masykur. 2020. “Interaksi Parasosial (Sebuah Studi Deskriptif Kualitatif Pada Penggemar JKT 48).” *Jurnal Empati* 3(4):143–52.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2018. “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D, Alfabeta, Bandung.”
- Sumirna, Wa Ode, Harri Fajar Maulana, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu, Sosial Dan, Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah, and Buton Baubau. 2023. “Hubungan Parasosial Antara Fangirl Dan Selebriti K-Pop.” 8(3).
- Sutanto, Shane Vincent. 2022. “Pengaruh Tayangan YouTube Otodriver, Autonetmagz Dan Motomobi TV Terhadap Minat Beli Masyarakat Jakarta.”
- Syafrina, D., Permatasari, D. P., & Dara, Y. P. (2016). Parasosial dan Romantic Beliefs: Studi pada Penonton Serial Drama Korea. *Mediapsi*, <https://doi.org/10.21776/u b.mps.2016.002.02.3>
- Tambunan, Bonifasius Hamonangan, and Jhon Feliks Simanjuntak. 2021. “Analisis Pelaksanaan Kas Kecil (Petty Cash) Pada Pt Deli Jaya Samudera.” *Journal of Economics and Business* 3(1):41–48. doi: 10.36655/jeb.v3i1.701.