
IDENTITAS DIRI FANDOM SEVENTEEN *CARAT*

SEVENTEEN *CARAT* FANDOM IDENTITY

¹⁾Yelsi Ratu Rahmatsari, ²⁾Zainal Abidin, ³⁾Fardiah Oktariani Lubis

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl.HS Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe, Karawang, Jawa Barat, 41361

*Email: yelsiraturahmatsari@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini banyak sekali Fandom kpop yang sangat berkembang di Indonesia, hal ini disebabkan karena Korean Wave sangat berkembang di Indonesia sehingga banyak sekali Group Kpop yang saat ini di gemari oleh masyarakat Indonesia, salah satu Group kpop yang saat ini sedang di gemari adalah Seventeen. Seventeen memiliki Fandom yaitu Carat. Di Indonesia Carat sangat berkembang salah satunya ada di Karawang. Carat di Karawang cukup aktif dalam kegiatannya mendukung Seventeen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui identitas diri dari Carat Fandom Seventeen, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teori fenomenologi Alfred Schutz dengan mengetahui dari segi in Order To Motive dan Because order to Motive serta dengan makna subjektif dan makna objektif selain itu peneliti juga meneliti pengalaman komunikasi dari Carat Fandom Seventeen. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Carat memiliki keterikatan emosional dengan Seventeen. keterikatan emosional tersebut di bentuk karena dari member Seventeen itu sendiri, karena konser yang mereka tonton, dan karena musik mereka yang sesuai dengan kehidupan mereka. Selain itu motif mereka dalam menyukai Seventeen juga berbeda-beda sesuai dengan pengalaman komunikasi mereka.

Kata Kunci: Carat, Fenomenologi Alfred Schutz, Motif, Makna

A. PENDAHULUAN

Fandom berasal dari kata *Fqn* dan *Kingdom* adalah Sekelompok orang dalam sebuah komunitas tertentu, dengan kesamaan minat pada idola (Zaid Hanif,dkk.2020). Fandom K-Pop mempunyai dua istilah yang berbeda dalam membagikelompok penggemar sesuai jenis kelamin penggemarnya, yaitu *fanboy* dan *fangirl*. *Fanboy* adalah istilah bagi laki-laki yang menggemari idola tertentu, sedangkan *fangirl* adalah istilah bagi perempuan yang menggemari idola tertentu (Asy Syaffa, 2022)

Di Indonesia ada banyak sekali fandom dari grup K-Pop yang sangat berkembang salah satunya adalah Fandom *Carat*. *Carat* merupakan Fandom dari Seventeen. Di Indonesia *Carat* sudah sangat berkembang, Bahkan terdapat akun *fanbase* resmi mereka yang memiliki banyak pengikutnya di Instagram dan Aplikasi X Fandom *Carat* memiliki akun *fanbase* yang besar Akun *Fanbase* didefinisikan sebagai sebuah *forum* pengelolaan informasi tentang idola dalam media sosial. Seventeen memiliki akun *fanbase* di Instagram bernama @Seventeen_13update dengan pengikut sebanyak 155 ribu pengikut pada tanggal 20 Februari 2024 dan akun *fanbase* di aplikasi X bernama @17CARATS_INA dengan pengikut sebanyak 74 ribu pengikut pada tanggal 20 Februari 2024

Seventeen merupakan idol generasi ketiga yang masih aktif saat ini. Berbeda dengan Grup generasi ketiga yang saat ini sedang *hiatus* atau *disband*. Seventeen masih sering menghadiri acara-acara musik ataupun acara penghargaan. Seventeen masih menghadiri acara GDA 6 Januari 2024 yang diadakan di Jakarta Indonesia. Tak heran Fandom *Carat* Seventeen ini semakin menjamur di indonesia. Perkembangan Fandom *Carat* ini terbentuk dari populernya *Korean Hallyu*. *Korean*

Wave atau korean hallyu telah memicu demam korea di berbagai negara (Abidin dkk., 2018). *Korean Wave* adalah sebutan untuk merepresentasikan ekspansi fenomena Korean Pop Cultur berupa K-Drama, K-Pop dan Film ke penjuru dunia. Kebudayaan Populer Korea Hadir secara luas dengan dukungan kemajuan teknologi saat ini sehingga dapat diproduksi, didistribusi, dan direproduksi untuk konsumsi masyarakat. *Korean Hallyu* adalah istilah yang merujuk kepada segala hal terkait kebudayaan Korea Selatan seperti *Korean Music* Populer, drama televisi, kecantikan dan mode, serta bahasa yang tersebar luas di berbagai negara- negara, termasuk Indonesia. K-Pop adalah satu budaya populer korea yang ini banyak sekali digemari masyarakat global apalagi kalangan remaja (Eva Dinar dkk., 2022). Di Indonesia, banyak remaja yang gemar dengan berbagai bentuk *Korean Wave*, terutama musik *Korean* Populer dan *drama* televisi, karena keduanya menawarkan hiburan menarik yang mengandung unsur budaya Korea Selatan (Yuliawan & Subakti, 2022).

Fenomena K-Pop telah menciptakan berbagai komunitas penggemar yang sering disebut sebagai *Fandom*. *Fandom* menggambarkan dunia atau kerajaan penggemar yang didominasi oleh *fanatisme* (Rahma & Fauzi, 2023) Rasa *fanatisme* muncul seiring dengan loyalitas-loyalitas *fans* untuk idola mereka. *Fandom* sering dilihat sebagai sekumpulan orang yang obsesif karena loyalitas mereka yang tinggi untuk idola mereka. Loyalitas yang tinggi tersebut di sebut dengan fanatisme. *Fanatisme* terhadap K-Pop adalah suatu fenomena yang menggambarkan kasih sayang dan keterikatan yang kuat yang diperlihatkan oleh sebagian besar penggemar terhadap musik populer korea dan idola yang terkait. Fenomena ini mencirikan hubungan emosional yang mendalam, dukungan tanpa pamrih, dan dedikasi yang sangat tinggi yang diberikan oleh penggemar kepada grup atau idola K-Pop favorit mereka.

Perilaku fanatisme ini muncul sebagai hasil dari interaksi budaya antar individu, yang menghasilkan bentuk perilaku baru. Interaksi sosial ini menumbuhkan keterikatan emosional dalam *Fandom* K-Pop, dan identitas diri dalam komunitas K-Pop merupakan hasil dari interaksi sosial tersebut (Zulkarnain & Haq, 2020).

Identitas sosial terbentuk melalui persepsi kesamaan dan perbedaan dengan orang lain, yang diinternalisasi selama keanggotaan dalam kelompok. Dalam konteks remaja, *Fandom* memiliki peran penting dalam proses pencarian jati diri. Hubungan antara identitas diri dan *Fandom* sangat rumit, melibatkan dimensi emosional, sosial, dan budaya yang saling berhubungan, yang membentuk pengalaman individu dalam komunitas penggemar (Handoko, dkk., 2024). Melalui interaksi sosial dan pengalaman individu, individu dapat membangun identitasnya berdasarkan motif yang mereka lakukan serta untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana individu memahami dan memberikan makna pada identitas mereka dan motif yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada identitas diri *Fandom Carat* yang merupakan salah satu *Fandom* dari *Group* idol yang saat ini sedang digemari di Indonesia. Maka, peneliti tertarik untuk meneliti Identitas Diri *Carat Fandom* Seventeen dengan pendekatan studi fenomenologi dengan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz yang menjelaskan adanya motif dan makna

B. LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Fenomenologi Alfred Schutz. Teori Fenomenologi Alfred Schutz menekankan pentingnya bagaimana orang memahami kesadaran orang lain dalam aliran kesadaran mereka sendiri. Hal ini terjadi melalui interaksi antar individu yang menghasilkan proses pemaknaan, yang pada akhirnya membantu individu membangun pemahaman tentang diri mereka sendiri. Menurut Schutz, tindakan manusia menjadi hubungan sosial ketika mereka memberikan makna tertentu pada tindakan tersebut, dan ketika orang lain memahami tindakan tersebut sebagai sesuatu yang memiliki arti (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Untuk menjelaskan seluruh makna realitas kehidupan sehari-hari dan seluruh tindakan seseorang, Alfred Schutz membagi dalam dua bentuk yaitu Motif dan Makna. Dalam motif terbagi lagi menjadi Motif Tujuan (*In Order To Motive*) yaitu alasan di balik pencapaian yang ingin diraih oleh individu atau kelompok melalui tindakan tertentu. Lalu ada Motif karena (*Because Of Motive*) adalah latar belakang yang mendorong individu atau kelompok untuk melakukan suatu tindakan. Lalu makna Makna dalam fenomenologi Alfred Schutz berkenaan dengan bagaimana cara seseorang atau sekelompok orang menentukan aspek apa saja yang penting kehidupan sosialnya (Mukti, 2024).

C. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengandalkan kata-kata tertulis, dimana peneliti menggunakan data deskriptif yang terdiri dari informasi tertulis atau lisan dari narasumber, serta perilaku yang dapat diamati (Rijal, 2021). Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi . Pendekatan fenomenologi termasuk kedalam paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel data yang dipilih dengan pertimbangan khusus, seperti seseorang yang dianggap memiliki pengetahuan yang mendalam tentang topik yang diteliti diteliti (Sugiyono, 2013: 301). Dalam penelitian ini, peneliti memiliki kriteria informan sebagai berikut

- *Carat* usia 18-35
- *Carat* yang sudah mengikuti Seventeen minimal 3 tahun
- *Carat* yang sudah menonton Konser Seventeen Minimal 1 kali
- Seorang *Carat* yang aktif dan megikuti forum atau saluran untukmendapatkan informasi mengenai Seventeen
- Seorang *Carat* yang benar-benar sangat mengidolakan Seventeen dibuktikan dengan *Carat* yang mengoleksi perintilan-perintilan Seventeen.

Tabel 1

No	Nama	Pekerjaan	Umur
1	Denok	Karyawan Swasta	32 Tahun
2	Aisyah	Karyawan Swasta	22 Tahun
3	Latifa	Karyawan Swasta	23 Tahun
4	Hilda	Karyawan swasta	Tahun
5	Belva	Mahasiswa	22 Tahun

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Wawancara mendalam, Observasi Non-Partisipan, Studi pustaka, analisis data yang di gunakan adalah pengumpulan data, Reduksi data, Penarikan Kesimpulan (Sugiyono, 2013). Objek penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana makna Seventeen bagi *Carat* serta apa motif *Carat* begitu mengidolakan Seventeen dan pengalaman komunikasi *Carat*. Subjek penelitian adalah *Carat* Karawang yang mengikuti serta mengidolakan Seventeen dan mengikuti Seventeen sejak debutnya atau *Carat* yang mengidolakan Seventeen minimal 2-3 tahun lamanya hingga saat ini.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut di paparkan mengenai hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan informan penelitian. Identitas diri *Carat* Fandom Seventeen.

A. Motife

- In Order To Motive

Berikut adalah ringkasan dari setiap motif yang diuraikan dalam teks:

1. Motif Hiburan dan Penyemangat: Menjadi *Carat* bagi para penggemar Seventeen memberikan hiburan dan pelarian dari rutinitas sehari-hari. Informan seperti Latifa dan Denok mengungkapkan bahwa melihat Seventeen membantu menghilangkan kepenatan dan memberi semangat dalam menjalani hidup.

2. Motif Nostalgia: Hilda merasakan kerinduan terhadap masa lalu ketika banyak grup K-Pop yang disukai, seperti SNSD dan Super Junior. Seventeen menjadi satu-satunya grup yang membuatnya tetap terhubung dengan budaya K-Pop saat ini.
3. Motif Apresiasi: Penggemar K-Pop, termasuk *Carat*, sering mengumpulkan merchandise untuk mendukung idol mereka. Belva mengekspresikan bahwa membeli merchandise adalah bentuk apresiasi terhadap Seventeen, sedangkan Hilda menambahkan bahwa membeli album adalah wajib untuk mendukung dan menghargai usaha mereka.
4. Motif Ekonomi: Merchandise K-Pop tidak hanya sebagai bentuk apresiasi tetapi juga dapat menjadi investasi. Latifa menjelaskan bahwa photocard dapat dibeli dan dijual kembali, sehingga memberikan keuntungan finansial.
5. Motif Afeksi: Aisyah merasa hubungan emosional yang kuat dengan Seventeen, yang memberinya rasa kasih sayang dan loyalitas. Keyakinan bahwa Seventeen tidak akan meninggalkannya memperkuat komitmennya terhadap grup tersebut

Motif-motif yang di tuliskan di atas ini sesuai dengan penelitian Lieharja (Kristya&sarwono,2024) yang menyatakan para penggemar kpop mengalami proses identifikasi emosional dengan Idol Kpop melalui daya tarik motivasinya. Proses ini melibatkan perasaan tertarik, kagum, dan terinspirasi oleh visual, bakat, atau kesuksesan idola yang dianggap sebagai panutan..

- Because Of Motive

Berikut adalah ringkasan dari dua poin utama mengenai alasan penggemar menyukai Seventeen:

1. Karena Member dari Seventeen: Penggemar Seventeen, atau *Carat*, menyukai grup ini terutama karena tingkah laku membernya yang lucu dan menghibur. Denok mengungkapkan ketertarikan awalnya pada DK setelah menonton variety show, yang membuatnya mencari informasi lebih lanjut tentang grup tersebut. Latifa menambahkan bahwa meskipun pandemi, Seventeen tetap berusaha menghibur penggemar melalui kegiatan online, menunjukkan kasih sayang mereka. Hilda, Aisyah, dan Belva juga menyatakan bahwa kelucuan member Seventeen membuat mereka merasa senang dan terhibur.
2. Karena Musik dari Seventeen: Selain karena tingkah laku membernya, *Carat* juga tertarik pada lagu-lagu Seventeen yang dapat menemani mereka dalam berbagai momen emosional. Belva menyatakan bahwa Seventeen memiliki banyak lagu dengan makna berbeda, yang sesuai untuk setiap situasi, baik saat sedih maupun senang. Hilda juga menekankan bahwa musik Seventeen membuatnya merasa bahagia.

Hasil penelitian oleh Sitanggang dan Lion (2021) di Palangka Raya menunjukkan bahwa faktor pendorong remaja menggemari budaya Korea, terutama K-Pop, meliputi daya tarik artis-artis Korea Selatan yang memiliki visual menarik dan postur tubuh yang baik. Selain itu, musik Seventeen yang sesuai dengan pengalaman hidup *Carat* juga berperan penting, sejalan dengan penelitian (Apriliani & Setiawan, 2019) yang menyatakan bahwa penggemar K-Pop melalui proses berpikir memilih kegemaran mereka. Lagu dan musik video K-Pop menjadi teman bagi penggemar dalam menghadapi berbagai kesulitan, masalah, dan kebahagiaan sehari-hari, dengan penggemar yang menirukan lagu dan gerakan sebagai bentuk pemaknaan terhadap karya tersebut.

B. Makna

Berikut adalah ringkasan dari makna Seventeen bagi para penggemar (*Carat*):

1. Makna Seventeen sebagai Kenangan Indah**: Menonton konser Seventeen memberikan pengalaman emosional yang mendalam bagi *Carat*. Hilda merasakan kebahagiaan dan keterikatan saat melihat idolanya secara langsung, sementara Aisyah dan Belva juga mengekspresikan semangat yang tinggi saat konser, menunjukkan perasaan yang kuat terhadap pengalaman tersebut. Setelah konser,

perasaan bahagia dan rindu untuk bertemu kembali tetap ada, seperti yang diungkapkan oleh Denok.

2. Makna Seventeen sebagai Rumah: Aisyah dan Belva menggambarkan Seventeen sebagai "rumah kedua" yang memberi dukungan dan kepercayaan diri. Aisyah merasa Seventeen membantunya menerima diri sendiri, sementara Belva menggunakan konten Seventeen untuk melepas penat dan menemukan kenyamanan.
3. Makna Seventeen sebagai Identitas Diri: Merchandise Seventeen, seperti lightstick, dianggap sebagai bagian dari identitas *Carat*. Belva merasa memiliki barang-barang tersebut menunjukkan bahwa dia adalah seorang *Carat*, mengukuhkan rasa keterikatan dan kebanggaan terhadap grup.
4. Makna Seventeen sebagai Pengaruh Positif: Latifa merasakan pengaruh positif dari Seventeen dalam hidupnya, terutama saat menghadapi tekanan. Konten mereka, seperti "*Going Seventeen*," memberinya hiburan dan semangat, menciptakan rasa nyaman yang membuatnya merasa didukung.
5. Makna Seventeen sebagai Penyemangat: Seventeen berfungsi sebagai penyemangat bagi Denok, membantu mengangkat suasana hati saat menghadapi masalah. Melihat Seventeen membuatnya merasa lebih bahagia dan termotivasi untuk menghadapi tantangan.

Semua makna di atas berhubungan dengan perasaan, perasaan yang ada saat mereka menonton konser Seventeen. Perasaan saat mereka memaknai Seventeen sebagai rumah, disitu lah muncul keterikatan emosional dengan idola yaitu Seventeen. Keterikatan emosional antara *Carat* dan Seventeen dalam penelitian ini dikenal sebagai interaksi parasosial. Interaksi ini merupakan hubungan imajiner yang terjadi sepihak, di mana penggemar merasa terhubung dengan idola mereka, meskipun idola tidak menyadari perasaan tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa interaksi parasosial adalah hubungan searah, di mana penggemar merasakan kedekatan dengan public figure tanpa adanya pengakuan dari pihak selebriti (Rahmawati & Hermina, 2024)

Seventeen juga dimaknai sebagai identitas diri oleh para penggemar. Belva, misalnya, menganggap lightstick sebagai simbol bahwa dia adalah seorang *Carat*, yang menunjukkan bagaimana lightstick berfungsi sebagai identitas dan alat pengukur seberapa besar kecintaannya. Penelitian Andina oleh menunjukkan bahwa lingkungan sosial memengaruhi pembentukan identitas diri. Dalam wawancaranya, Belva menyatakan bahwa memiliki lightstick membuktikan statusnya sebagai *Carat*. Pembelian merchandise menjadi salah satu cara bagi *Carat* untuk mengekspresikan dukungan dan identitas sebagai penggemar (Andina, 2019)

C. Pengalaman Komunikasi *Carat*

Menjadi penggemar K-Pop, khususnya Seventeen, menarik perhatian di era digital saat ini, di mana komunikasi dan informasi mudah diakses. Para *Carat*, termasuk di Karawang, aktif berinteraksi dalam grup *Whatsapp*, membangun hubungan yang hangat dan saling mendukung. Dalam grup tersebut, anggota saling berkenalan, berbagi informasi tentang Seventeen, dan mengekspresikan emosi melalui stiker *Whatsapp*. Bukti chat menunjukkan bagaimana anggota saling memberikan dukungan dan rasa nyaman, menciptakan lingkungan yang positif.

Aisyah menekankan pentingnya saling merangkul di antara *Carat*. Selain itu, Latifa dan Belva juga merasakan pengalaman positif di lingkungan kerja mereka, di mana teman-teman mereka saling menghargai minat satu sama lain tanpa adanya tekanan.

Dalam grup *Whatsapp Carat Karawang*, anggota saling menyapa dengan hangat kepada anggota baru, yang menunjukkan pengalaman komunikasi dan penerimaan yang baik. Mereka juga menggunakan stiker untuk berkomunikasi dan berbagi informasi tentang kegiatan Seventeen, mencerminkan dukungan mereka terhadap grup. Anggota lama memberikan dorongan kepada *Carat* baru untuk tidak merasa rendah diri, menandakan interaksi yang positif. Menurut Alfred Schutz, setiap interaksi menciptakan makna dan membentuk identitas diri. Lingkungan sosial ini sangat berpengaruh dalam pembentukan identitas *Carat*, yang terwujud melalui cara mereka menerima anggota baru dan berbagi

informasi. Seperti yang diungkapkan oleh Erikson, faktor lingkungan, kelompok acuan, dan tokoh idola berperan penting dalam pembentukan identitas diri, dengan grup ini sebagai lingkungan dan Seventeen sebagai idolanya. Keseluruhan, interaksi di antara *Carat* menciptakan pengalaman komunikasi yang baik dan membuat mereka merasa nyaman dan bahagia dalam komunitas mereka.

E. KESIMPULAN

Motif Menjadi *Carat* Ada dua kategori motif. “*In Order To Motive*” mencakup kebutuhan hiburan, penyemangat, nostalgia, apresiasi untuk Seventeen, serta investasi melalui merchandise. “*Because Of Motive*” mencerminkan ketertarikan pada member Seventeen yang dianggap lucu dan musik yang relevan dengan kehidupan mereka. Makna Diri *Carat* mengaitkan Seventeen dengan berbagai makna emosional, seperti penyemangat, rumah, pengaruh positif, kenangan indah dari konser, dan identitas diri yang tercermin dalam kepemilikan *lightstick*. Pengalaman Komunikasi Interaksi dalam grup *Whatsapp Carat* berperan penting dalam pembentukan identitas diri. Sapaan hangat dan penggunaan stiker menciptakan rasa kebersamaan dan dukungan, membantu anggota baru merasa diterima. Lingkungan sosial yang positif memperkuat kepercayaan diri dan integrasi mereka. Teori Alfred Schutz dan Erikson menekankan bahwa interaksi dan tokoh idola mempengaruhi identitas, di mana *Carat* mengidentifikasi diri melalui keterhubungan dengan Seventeen dan sesama penggemar. Secara keseluruhan, pengalaman sosial dalam komunitas *Carat* berkontribusi signifikan terhadap pembentukan identitas mereka.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Tayo, Y., & Mayasari. (2018). Fanaticism of a Korean Boy Band, “Shinee” as Perceived by K-Popers “Shinee World Indonesia” in Karawang Regency. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30), 74–79. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.30.18159>
- Andini, A. N. (2019). *Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-POP*. 1(8), 39–49.
- Apriliahi, R., & Setiawan, R. (2019). Konstruksi Konsep Diri Mahasiswi Penggemar Budaya Populer Korea. *Hermeneutika*, 5(2), 107–120. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Hermeneutika/article/view/7234/4951>
- Asy Syaffa, N. A. (2022, August 28). *Apa itu Fanboy? Istilah Penggemar K-Pop yang Sering Dikaitkan dengan Fangirl*. Kompas.Com.
- Eva Dinar, R., Abidin, Z., & Rifai, M. (2022). Fan Culture Dan Perkembangan Kreativitas Remaja Kpopers. *Ilmu Politik Dan Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesia><https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesia>
- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, Dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 11, 55–74. <https://doi.org/10.24854/jpu714>
- Mukti, R. F. (2024). *Kemattan Di Desa Pahonjean Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap (Studi Fenomenologi Alfred Schutz) Program Studi Studi Agama-Agama*.
- Rahma, M. D., & Fauzi, M. A. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop dalam Komunitas Exo-L DI Surabaya. *Paradigma*, 12(1), 130–140.
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>
- Rijal, F. M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika; Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo, Ed.; 4th ed.). Alfabeta.
- Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). Kajian Pendekatan Fenomenologi :Literatur Review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.
- Yulianawati, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif penggemarnya perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48. <https://doi.org/10.20414/jpk.v18i1.5195>
- Zulkarnain, Z., & Haq, Z. (2020). Pengaruh Fanatisme Keagamaan Terhadap Perilaku Sosial. *Kontekstualita*, 35(01), 25–38. <https://doi.org/10.30631/35.01.25-38>