

**PENGARUH PARASOSIAL PADA APLIKASI *PLUS*
CHAT TERHADAP LOYALITAS *FANS BOYGROUP*
ZEROBASEONE**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

Andhini Tasya Maulita
NIM. 04020522043



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andhini Tasya Maulita

NIM : 04020522043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan secara sadar dan bertanggung jawab bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Interaksi Parasosial pada Aplikasi *Plus Chat* terhadap Loyalitas Penggemar *Boygroun ZEROBASEONE*” sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Setiap kutipan, gagasan, atau data yang bersumber dari karya pihak lain telah dicantumkan rujukannya secara jelas dan tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak sesuai dengan kenyataan serta ditemukan adanya pelanggaran akademik dalam penulisan skripsi ini, saya menyatakan kesediaan untuk menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku, termasuk pencabutan skripsi dan gelar akademik yang diperoleh melalui karya tersebut.

Surabaya, 17 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Andhini Tasya Maulita

NIM. 04020522043

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Andhini Tasya Maulita
NIM : 04020522043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Parasosial pada Aplikasi *Plus Chat*
Terhadap Loyalitas Fans Boygroup
ZEROBASEONE

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 18 Desember 2025
Menyetujui Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ariza Qurrata A'yun', with a large 'X' mark below it.

Ariza Qurrata A'yun, M.Med. Kom
NIP. 199205202018012002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH PARASOSIAL PADA APLIKASI *PLUS* *CHAT* TERHADAP LOYALITAS *FANS BOYGROUP* *ZEROBASEONE* SKRIPSI

Disusun Oleh
Andhini Tasya Maulita
04020522003

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 22 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I



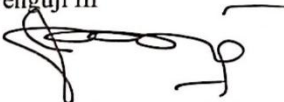
Ariza Qurrata Ayun, M.Med.Kom
NIP. 199205202018012002

Penguji II



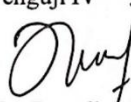
Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Penguji III



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji IV



Nur Romdlon Maslahul Adi, M.Pd
NIP. 199303092020121012

Surabaya, 22 Desember 2025
Dekan,

Dr. Moch. Choirul Huda, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110071998031001

iii



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Andhini Tasya Maulita
NIM : 04020522043
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
E-mail address : andhinitasyamaulita@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Parasosial Pada Aplikasi *Plus Chat* Terhadap Loyalitas Fans Boygroup

ZEROBASEONE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2026

Penulis

(Andhini Tasya Maulita)

ABSTRAK

Andhini Tasya Maulita, 04020522043, 2025. Pengaruh Parasosial pada Aplikasi *Plus Chat* Terhadap Loyalitas Fans *Boygroupp* ZEROBASEONE.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh interaksi parasosial penggemar boyband ZEROBASEONE melalui aplikasi *Plus Chat* terhadap loyalitas penggemar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada penggemar ZEROBASEONE pengguna aplikasi *Plus Chat*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan *IBM SPSS Statistics*, di mana interaksi parasosial dijadikan variabel independen dan loyalitas penggemar sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggemar, yang tercermin pada persamaan regresi $Y = 10,324 + 0,417X$. Uji *t* menghasilkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,10$) dan *t* hitung lebih besar dibandingkan *t* tabel. Berdasarkan hasil uji *t* tersebut, hipotesis alternatif (*H_a*) yang menyatakan bahwa interaksi parasosial berpengaruh terhadap loyalitas penggemar diterima, sedangkan hipotesis nol (*H₀*) ditolak. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4% variasi loyalitas penggemar dapat dijelaskan oleh interaksi parasosial, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa interaksi parasosial melalui aplikasi *Plus Chat* memiliki peran signifikan dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas penggemar.

Kata Kunci: Interaksi Parasosial, *Plus Chat*, Loyalitas Penggemar, ZEROBASEONE

ABSTRACT

Andhini Tasya Maulita, 04020522043, 2025. The Influence of Parasocial on the Plus Chat Application on the Loyalty of Fans of the ZEROBASEONE Boygroup.

This study aims to analyze the influence of parasocial interaction of ZEROBASEONE boy band fans through the Plus Chat application on fan loyalty. The method used was quantitative with data collection through a questionnaire distributed to ZEROBASEONE fans who used the Plus Chat application. The collected data was analyzed using simple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics, where parasocial interactions were used as independent variables and fan loyalty as dependent variables. The results showed that parasocial interactions had a positive and significant influence on fan loyalty, which was reflected in the regression equation $Y = 10.324 + 0.417X$. The t -test yielded a significance value of 0.000 (< 0.10) and t -calculated was larger than the t table. Based on the results of the t -test, the alternative hypothesis (H_a) that parasocial interactions affect fan loyalty was accepted, while the null hypothesis (H_0) was rejected. A coefficient of determination (R^2) value of 0.584 indicated that 58.4% of fan loyalty variations could be explained by parasocial interactions, while the rest were influenced by other factors outside the study. These findings confirm that parasocial interactions through the Plus Chat app have a significant role in shaping and increasing fan loyalty.

Keywords: *Parasocial Interaction, Plus Chat, Fan Loyalty, ZEROBASEONE*

ملخص

أندھيني تاسيا ماوليتا، 04020522043، 2025. تأثير الباراسوشيال على تطبيق الدردشة بلس على ولاء معجبي مجموعة ZEROBASEONE. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التفاعل الشبه الاجتماعي لعشاق فرق الفتيان في ZEROBASEONE من خلال تطبيق *Plus Chat* على ولاء المعجبين. كانت الطريقة المستخدمة كمية حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان تم توزيعه على معجبي ZEROBASEONE الذين استخدموا تطبيق *Plus Chat*. تم تحليل البيانات المجمعة باستخدام الانحدار الخطي البسيط بمساعدة/إحصائيات *IBM SPSS*، حيث استخدمت التفاعلات الباراسوشيالية كمتغيرات مستقلة وولاء المعجبين كمتغيرات تابعة. أظهرت النتائج أن التفاعلات الخارقة الاجتماعية كان لها تأثير إيجابي وذو دلالة على ولاء المعجبين، وهو ما انعكس في معادلة الانحدار $Y = 10.324 + 0.417X$. أعطى اختبار t قيمة دلالة $0.000 (> 0.10)$ وكان الحساب ب t أكبر من جدول t . استنادا إلى نتائج اختبار t ، تم قبول الفرضية البديلة (H_a) التي تقول إن التفاعلات المفرطة الاجتماعية تؤثر على ولاء المعجبين، بينما تم رفض الفرضية الصفرية (H_0). أشارت قيمة معامل تحديد (R^2) البالغ 0.584 إلى أن 58.4% من اختلافات ولاء المشجعين يمكن تفسيرها بالتفاعلات الاجتماعية الخارقة، بينما تأثر الباقي بعوامل أخرى خارج الدراسة. تؤكد هذه النتائج أن التفاعلات الباراسوشيالية عبر تطبيق *Plus Chat* لها دور كبير في تشكيل وزيادة ولاء المعجبين.

الكلمات المفتاحية: التفاعل الباراسوشيال، بالإضافة إلى الدردشة، ولاء المعجبين، ZEROBASEONE

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
ملخص.....	ix
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Operasional.....	11
F. Hipotesis Penelitian.....	30
G. Sistematika Pembahasan	30
BAB II KAJIAN TEORITIK	32
A. Landasan Teori	32
1. Teori <i>Uses and Gratifications</i> dengan Pendekatan <i>Uses and Effects</i>	32

2. Interaksi Parasosial.....	35
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	41
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	52
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel dan Teknik Sampling.....	54
D. Variabel dan Indikator Variabel.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Angket atau Kuesioner.....	58
2. Studi Pustaka.....	59
3. Dokumentasi.....	59
F. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	60
1. Teknik Validitas Data.....	60
2. Teknik Reliabilitas.....	60
G. Teknik Analisis Data.....	61
1. Uji Asumsi Klasik.....	61
2. Uji Regresi Linear Sederhana.....	62
3. Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ...	65
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
1. Aplikasi <i>Plus Chat</i>	65
2. <i>Boygrouop ZEROBASEONE</i>	67

B. Penyajian Data	69
1. Uji Validitas.....	69
2. Uji Reliabilitas.....	71
3. Uji Asumsi Klasik.....	72
4. Uji Regresi Linear Sederhana.....	77
5. Hasil Uji Hipotesis	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
1. Perspektif Teoritis.....	81
2. Perspektif Keislaman.....	99
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran dan Rekomendasi	104
C. Keterbatasan Penelitian.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	115
BIOGRAFI PENELITI	135

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

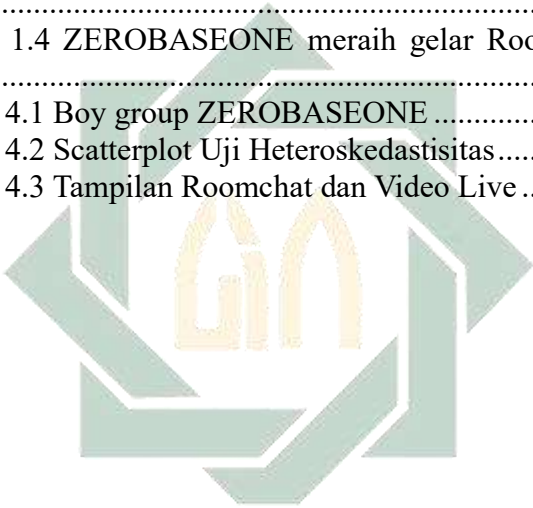
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	57
Tabel 3.2 Skala Likert	59
Tabel 4.1 Fitur Aplikasi <i>Plus Chat</i>	65
Tabel 4.2 Uji Validitas	69
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	73
Tabel 4.5 Uji Linearitas	75
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	77
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	79
Tabel 4.8 Hasil uji R Square.....	81



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Plus Chat.....	20
Gambar 1.2 Penjualan album ZEROBASEONE meraih angka tertinggi.....	27
Gambar 1.3 ZEROBASEONE meraih gelar Rookie Grand Slam.....	28
Gambar 1.4 ZEROBASEONE meraih gelar Rookie Grand Slam.....	29
Gambar 4.1 Boy group ZEROBASEONE	67
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	76
Gambar 4.3 Tampilan Roomchat dan Video Live	83



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Alfifah, Afra, and Saefudin Zuhdi. "Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Grab Teknologi Indonesia." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 10, no. 1 (2022): 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1276>.
- Alfathi, Bintang Ridzky. "Indonesia Jadi Konsumen Terbesar K-Pop Di Dunia, Sentuh 18% Pangsa Pasar Global." GoodStats, 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-konsumen-terbesar-k-pop-di-dunia-sentuh-18-pangsa-pasar-global-rneOI>.
- Arif, Moch Choirul, and Ariza Qurrata A'yun. "Kontestasi Media Digital: Analisis Tagar #BubarkanMUI versus #DukungMUI." *Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 1 (2023): 24–49.
- Astagini, Nuria, Veronica Kaihatu, and Yugo Dwi Prasetyo. "Interaksi Dan Hubungan Parasosial Dalam Akun Media Sosial Selebriti Indonesia." *Communicology, Jurnal Komunikasi*, 2017.
- AULIA;, SAFINA WAHDAH. "Pengaruh Interaksi Parasosial Melalui Aplikasi Weverse Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise (Studi Pada Penggemar Seventeen)," 2024.
- Budiastuti, Dyah. "Validitas Dan Reliabilitas Penelitian," 2022.
- Bungin, B. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Prenada Media Group, 2006.
- Cindoswari, Ageng Rara, and Dina Diana. "Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Komunitas

KPopers Batam.” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 5, no. 2 (2019): 275–85.

Cohen, Jonathan. “Mediated Relationships and Social Life: Current Research on Fandom, Parasocial Relationships, and Identification.” In *Media and Social Life.*, 142–56. Electronic Media Research Series. New York, NY, US: Routledge/Taylor & Francis Group, 2014. <https://doi.org/10.4324/9781315794174-10>.

Da-yoon, Kang. “1위 장하오→9위 한유진...’보이즈 플래닛’ 9人 ‘제베원’ 데뷔 확정 [종합].” Naver, 2023. <https://m.entertain.naver.com/home/article/117/0003721281>.

Darmawati, and Indah Kurnia. “Studi Literatur: Analisis Interaksi Parasosial Fandom K-Pop BTS ARMY Di Pekanbaru Dalam Penggunaan Platform Weverse.” *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 4 (2024): 5510–23.

Daryanto, D. *Teori Komunikasi*. Penerbit Gunung Samudera [Grup Penerbit PT Book Mart Indonesia], 2014.

Fitria, Wida, and Ganjar Eka Subakti. “Era Digital Dalam Perspektif Islam: Urgensi Etika Komunikasi Umat Beragama Di Indonesia.” *JURNAL PENELITIAN KEISLAMAN* 18, no. 2 (2022): 143–57.

Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2002.

Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariatei Deingan Program IBM SPSS 25 (9th Eid.).” *Badan Peineirbit Univeirsitas Diponeigoro*, 2018.

Giles, David C. "Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research." *Media Psychology* 4, no. 3 (2002): 279–305.

"Hadits Hasan, Diriwayatkan Oleh At Tirmidzi Dan Selainnya Seperti Ini," n.d. Hadits Arbain.

Hartmann, Tilo. "Parasocial Interactions and Paracommunication with New Media Characters," 2008. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:148729061>.

Hoffner, Cynthia. "Parasocial and Online Social Relationships." In *The Handbook of Children, Media, and Development*, 309–33. Handbooks in Communication and Media. Malden: Blackwell Publishing, 2008. <https://doi.org/10.1002/9781444302752.ch14>.

Horton, Donald, and R Richard Wohl. "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance." *Psychiatry* 19, no. 3 (2016): 215–29. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>.

"HR. Al-Bukhari (No. 3445)." Sunnah, n.d. <https://sunnah.com/bukhari:3445>.

Indra, Jessyca, and Wulan Purnama Sari. "Perspektif Komunikasi Behaviorisme Dalam Fenomena Korean Wave Pada Masa Pandemi." *Kiwari* 1, no. 2 (2022): 274. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i2.15569>.

Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research." *Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (January 1, 1973): 509–23. <https://doi.org/10.1086/268109>.

"KBBI VI Daring," 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

Kellner, D. *Budaya Media, Jurnal Studies, Identitas Dan*

Politik: Antara Modern Dan Postmodern, 2009.

- Kim, Minseong, and Jihye Kim. "How Does a Celebrity Make Fans Happy? Interaction between Celebrities and Fans in the Social Media Context." *Computers in Human Behavior* 111 (2020): 106419. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>.
- Kinda, Chorirotul Maulawiyatil, and Aqida Nuril Salma. "Analisis Interaksi Parasosial Dan Perilaku Loyalitas Fans Kpop (Studi Kualitatif Pada Pengguna Aplikasi Fandom Weverse)." *Desember* 11, no. 6 (2024): 7241–47.
- Lukman, Vina Rosalina, Zainal Abidin, and Tri Widya Budhiharti. "Interaksi Parasosial Di Media Sosial X Dan Perilaku Loyalitas Bagi NCTzen Indonesia." *Journal of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 14308–19.
- Marina, Putri, and Yolanda Masnita. "Pengaruh Sosial Media, Cognitive Engagement Dan Emotional Engagement Yang Dimediasi Oleh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 16 (2024): 683–706.
- Masri, Singarimbun, and Sofian Effendi. "Metode Penelitian Survey." *Jakarta: Lp3es*, 1995.
- Mcquail, D. *Mcquail's Mass Communication Theory*, 6e. Sage Publications India Pvt Limited, 2010.
- McQuail, D. *Teori Komunikasi Massa McQuail Buku: McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Meliala, Yos Horta, Dian Ismi Islami, and Nurullita Zahrani Salsabila. "Pengaruh Parasosial Terhadap Loyalitas Fans Dalam Komunitas Nctzen Di DKI Jakarta." *Jurnal Cyber*

PR 4, no. 1 (2024): 16–28.
<https://doi.org/10.32509/cyberpr.v4i1.4221>.

Mihardja, Jeanette, and Sinta Paramita. “Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy Dan Fangirl ARMY Terhadap BTS).” *Koneksi* 2, no. 2 (2019): 393.
<https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>.

Narbuko, C, and A Achmadi. *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoretis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Seta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*. Bumi Aksara, 2013.

Nazir, M. *Metode Penelitian*. Ghalia Indah, 2017.

Ningsi, Ningsi, Siti Aisyah, and Muhammad Nur Abdi. “Pengaruh Celebrity Worship Dan Literasi Keuangan Terhadap Compulsive Buying Penggemar K-Pop Dalam Membeli Merchandise.” *Ekonomi & Bisnis* 24, no. 1 (2025): 91–99. <https://doi.org/10.32722/eb.v24i1.7454>.

Nurbayati, Husnan Nurjuman, and Sri Mustika. “Konstruksi Media Tentang Aspek Kemanusiaan Pada Poligami: Analisi Isi Terhadap Film Surga Yang Tak Dirindukan.” *Jurnal Riset Komunikasi* Vol 8, no. No 2 (2019): Hal 103-124.

Nurfadilah, Amalia Qoriana, and Euis Sulastri. “Hubungan Parasosial Idol Group Korea Selatan Treasure Melalui Aplikasi Weverse.” *MULTIKULTURA Jurnal Lintas Budaya* 2, no. 1 (2023): 72–97.
<https://doi.org/10.7454/multikultura.v2i1.1130>.

Perbawani, Pulung Setiosuci, and Almara Jati Nuralin. “Hubungan Parasosial Dan Perilaku Loyalitas Fans Dalam

Fandom KPop Di Indonesia.” *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2021): 42–54.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>.

Priyanto, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. 1st ed. Yogyakarta: Gava Media, 2016.

Putri, Afina Nathifa. “Interaksi Parasosial Antara Penggemar Idola Boygroup Treasure Aplikasi Weverse,” 2024.

Rahmawati, Indry Claudya, and Ceria Hermina. “Interaksi Parasosial Pada Penggemar K-Pop Di Kalimantan Selatan.” *Jurnal Psikologi* 1, no. 4 (2024): 15.
<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>.

Ridwan, and Sunarto. *Pengantar Statistika*. Bandun: Alfabeta, 2015.

Rosanto, Stephanie. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Di Masa New Normal (Studi Kasus Pada OneZo Indonesia).” *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* 3, no. 2 (2022): 68–76.
<https://doi.org/10.31334/jd.v3i2.2132>.

Sagita, Afitia, and Donie Kadewardana. “Hubungan Parasosial Di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army Di Twitter.” *CoverAge* 8, no. 1 (2017): 45–58.

Sari, Mutia, Habibur Rachman, Noni Juli Astuti, Muhammad Win Afgani, and Rusdy Abdullah Siroj. “Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer.” *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 1 (2023): 10–16.
<https://jurnal.itscience.org/index.php/jpsk/article/download/1953/1528>.

Sendjaja, Sasa Djuarsa. *Materi Pokok Teori Komunikasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 1994.

Sendjaja, Sasa Djuarsa, Turnomo Rahardjo, Tandiyo Pradekso, and Ilya R. Sunarwinandi. *Teori Komunikasi (Edisi 3)*. 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.

Seregina, Anastasia. "Fanaticism - Its Development and Meanings in Consumers' Lives," 2011. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:157118931>.

Shawn. "ZEROBASEONE: A Fandom Name and Their Official Slogan." KSTATION.TV, 2023. <https://kstationtv.com/2023/05/02/zerobaseone-a-fandom-name-and-their-official-slogan/?lang=en>.

Shoffner, Lydia Kathleen. "Parasocial Relationship Influence on CoverGirl Buying Intentions: Trust and Loyalty from SMI and Celebrity Endorsements." *Doctoral Dissertation*, 2019, 1–37. <http://libres.uncg.edu/ir/asu/listing.aspx?id=26106>.

Soehoet, Hoetta. *Teori Komunikasi 2*. Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2002.

ST1CKYQUI3TT. "ZEROBASEONE 'YOUTH IN THE SHADE' Album Info." Kprofiles, 2023. <https://kprofiles.com/zerobaseone-youth-in-the-shade-album-info/>.

Stever, Gayle S. "Mediated vs. Parasocial Relationships: An Attachment Perspective." *Journal of Media Psychology* 17, no. 3 (2013): 1–31.

Storey, J. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Taylor & Francis, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif*,

Kualitatif, Kombinasi Dan R&D. Alfabeta, 2018.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2018.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 23rd ed. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sumardiono, Nawan. “Aktivisme Digital Dalam Konteks Penggalangan Donasi Fandom BTS (ARMY) Indonesia Melalui Twitter.” *Jurnal Komunikasi* 16, no. 2 (2022): 113–28.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art2>.

Supranto, J. *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

“Surat Al-Baqarah Ayat 286: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir.” Al-Quran Nu Online, n.d.

“Surat Al-Maidah Ayat 135: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir.” Al-Quran Nu Online, n.d.

Tendean, Maria Angelica, and Lusya Savitri Setyo Utami. “STAY Dan Fenomena Interaksi Parasosial Pada Aplikasi Bubble For JYPnation,” 2024, 50–58.

Tian, Qing, and Cynthia A Hoffner. “Parasocial Interaction with Liked, Neutral, and Disliked Characters on a Popular TV Series.” *Mass Communication & Society* 13, no. 3 (2010): 250–69. <https://doi.org/10.1080/15205430903296051>.

Trifita, Amjad, and Ridha Amaliyah. “Ruang Publik Dan Kota Berkelanjutan: Strategi Pemerintah Kota Surabaya Mencapai Sustainable Development Goals (SDGs).” *Global and Policy Journal of International Relations* 8, no. 02 (2020): 159–74.
<https://doi.org/10.33005/jgp.v8i02.2413>.

- Verenia, Nadia Ayu Ida, and Yudha Bagus Ida Phalguna. "SADHARANANIKARANA: Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi." *Jurnal Komunikasi Hindu* 4, no. 1 (2022): 623–32. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN>.
- Wirdah, Lutfi Widatul, Winarto Winarto, and Febrina Hambalah. "Analisis Relationship Marketing Dalam Peningkatan Loyalitas Komunitas Penggemar Idola K-Pop." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6, no. 3 (2023): 359–70. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.283>.
- Wulandari, Kharisma, and Fisip Universitas Mulawarman. "Parasocial Interactions And Loyalty Levels Of Teenagers Ending Korean Pop (K-Pop) Fans In Samarinda Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 2 (2023): 2160–72. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A