



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 4829-4839

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Konser Virtual Pada Weverse dan Kepuasan Menonton Bagi Fandom Enhyphen (Engene) di Media Sosial X

Chintia Putri Amelia<sup>1✉</sup>, Zainal Abidin<sup>2</sup>, Ana Fitriana Poerana<sup>3</sup>

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: [2010631190038@student.unsika.ac.id](mailto:2010631190038@student.unsika.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Weverse terhadap kepuasan menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X. Metodologi kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan teori yang diterapkan adalah Uses and Gratifications. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun X @enginafess. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode kuesioner. Hasil penelitian, yang didisajikan pada uji normalitas, analisis regresi sederhana, uji hipotesis t, dan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integritas dan Interaksi Sosial, serta Motif Hiburan, memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X.

Kata Kunci: *Aplikasi Weverse, Konser Virtual, Uses and Gratifications*

## Abstract

This study aims to measure the extent to which the use of the Weverse application influences satisfaction in watching virtual concerts for Enhyphen fans (Engene) on social media X. A quantitative methodology is employed in this research, applying the Uses and Gratifications theory. The population in this study is the followers of the X |account @engin|afess. The method used for d|at|a collection is |a questionn|aire method. The results of the study, b|ased on norm|ality tests, simple regression |an|alysis, t hypothesis tests, |and determin|ation coefficients, indic|ate th|at Inform|ation Motive, Person|al Identity Motive, Integr|ation |and Soci|al Inter|action Motive, |and Entert|ainment Motive have a significant impact on satisfaction in watching virtual concerts for Enhyphen fans (Engene) on social media X.

Keywords: *Weverse Application, Virtual Concert, Uses and Gratifications*

## PENDAHULUAN

Hubungan antara komunikasi dan media sosial merupakan hubungan yang sangat erat karena media sosial membuat proses pertukaran pesan yang dilakukan manusia menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terpapar oleh budaya baru seperti budaya populer. Salah satu contoh yang menonjol adalah fenomena budaya populer Korea Selatan yang telah meraih perhatian global. Penggunaan media sosial semakin meluas sejak Korean Wave atau Hallyu mulai tersebar di berbagai negara, termasuk Indonesia. Industri hiburan di Korea menggunakan teknologi dan internet untuk mencari dan meningkatkan jumlah penonton. Penggemar K-Pop sekarang lebih mudah menemukan informasi, mereka bahkan dapat berinteraksi dengan idola mereka di media sosial (Abidin, 2019).

Kehadiran budaya Korea di Indonesia berpengaruh pada pola konsumsi hiburan anak muda karena mereka yang tertarik dengan Korean Wave akan menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan hiburan mereka (Putri, Amirudin, & Purnomo, 2019). Dengan banyaknya penggemar di berbagai negara termasuk Indonesia, hal ini mendorong mereka untuk membentuk komunitas penggemar yang dikenal sebagai fandom, karena penggemar K-pop di Indonesia lebih sering terlibat dalam aktivitas komunikasi menggunakan beberapa platform media sosial, yaitu Instagram dan Twitter (Akhidatussolihah, Poerana, & Lubis, 2021). Salah satu boyband Korea Selatan yang terkenal di kalangan penggemar K-Pop dan telah memiliki fandom dengan jumlah besar adalah group Enhyphen, dengan fandom yang diberi nama Engene. Salah satu aktifitas penggemar K-Pop dalam pemenuhan kebutuhan hiburan adalah menonton konser dari group yang mereka sukai, salah satu kegiatan tersebut adalah konser virtual. Hadirnya fitur-fitur dalam aplikasi Weverse yang membuat pikiran lebih fleksibel, hampir menyerupai teknologi *augmented reality* yang dapat menciptakan jembatan antara dunia nyata dan dunia virtual, hal ini membuat penggemar

K-Pop yang tidak bisa menyaksikan konser secara langsung karena kendala jarak, akan memilih konser virtual sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan hiburan (Rafif, Yuanita, & Permatasari, 2022).

Setiap individu memiliki alasan yang unik untuk menggunakan media sosial. Dalam bukunya tentang Teori Komunikasi Massa, McQuail mengidentifikasi beberapa motif yang memotivasi seseorang untuk menggunakan media massa, yaitu Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integritas dan Interaksi Sosial, serta Motif Hiburan (McQuail, 2011). Motif-motif tersebut digunakan untuk menganalisis penggunaan aplikasi Weverse yang dilakukan oleh penggemar Enhyphen, yang dalam hal ini didasari pada motif pemenuhan kebutuhan dan kepuasan hiburan serta untuk mendukung idola mereka yaitu Enhyphen dengan mengikuti aktivitas konser virtual. Kehadiran konser virtual melalui platform Weverse membawa dampak pada pengalaman menonton konser yang lebih personal dan interaktif bagi penggemar Enhyphen. Penggunaan aplikasi Weverse semakin populer di kalangan penggemar K-Pop.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan memahami seberapa besar penggunaan aplikasi Weverse dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan penggemar dalam konteks konsumsi media konser virtual.

#### Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratification (Kebutuhan dan Penggunaan) yang dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch merupakan salah satu teori komunikasi massa yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana individu secara sadar memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan mereka. Fokus utama teori ini adalah pada audiens yang secara aktif memanfaatkan media untuk mencapai tujuan mereka (Child & Haridakis, 2018). Teori ini menganalisis bagaimana penggunaan suatu media di latar belakang oleh individu yang memiliki motif penggunaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan. Penggunaan media oleh individu didorong adanya keinginan khusus untuk mengetahui apakah kebutuhan mereka akan dipenuhi saat memilih suatu media. Teori Uses and Gratification dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para penggemar K-Pop group Enhyphen dalam menggunakan aplikasi Weverse sebagai sarana pemenuhan kebutuhan mereka, yang dalam hal ini disalurkan melalui kegiatan konser virtual.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form.. Angket tersebut berisi pertanyaan tertutup yang diukur dengan skala Likert. Kuesioner ini dibagikan melalui akun fanbase @enginafess di platform media sosial X. Objek penelitian meliputi penggunaan aplikasi Weverse dan konser virtual, sementara subjek penelitian adalah penggemar Enhypen (Engene). Populasi penelitian diambil berdasarkan jumlah pengikut akun X @enginafess, yang memiliki 110.100 pengikut (data diakses pada 13 Februari 2024). Sampel diambil menggunakan teknik non-probabilitas dengan metode purposive sampling, dengan kriteria responden sebagai berikut: a) Penggemar K-Pop grup Enhypen, b) Memiliki akun Weverse, c) Pernah menonton konser virtual Enhypen melalui aplikasi Weverse. Sampel penelitian terdiri dari 400 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi sebesar 5%.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik seperti uji normalitas, analisis regresi sederhana, uji t (parsial) yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta koefisien determinasi untuk mengukur sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

- H1 : Motif Informasi memengaruhi kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen,
- H2 : Motif Identitas Pribadi memengaruhi kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen,
- H3 : Motif Integritas dan Interaksi Sosial memengaruhi kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen,
- H4 : Motif Hiburan memengaruhi kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Menurut hasil penelitian, sebagian besar responden adalah perempuan dengan total 392 orang, sementara responden laki-laki berjumlah 8 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 98% dari total responden adalah perempuan.

Dalam hal distribusi usia, responden penelitian ini terdiri dari 7 orang berusia di bawah 15 tahun, 251 orang berusia 15 - 20 tahun, 128 orang berusia 21 - 25 tahun, 12 orang berusia

26 - 30 tahun, dan 2 orang berusia di atas 30 tahun. Sebagian besar responden, yaitu 251 orang atau 62%, berusia 15 - 20 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya antara lain sebanyak 325 responden penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa, 29 orang berprofesi sebagai pekerja kantoran, 6 orang berprofesi sebagai wirausaha, 21 orang bekerja secara freelance, 7 orang tidak bekerja, dan 12 orang memilih pekerjaan lainnya. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 325 orang atau 81%, adalah pelajar atau mahasiswa.

### Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Motif Informasi (X1)	0,526	0,361	Valid
	0,502	0,361	Valid
	0,603	0,361	Valid
	0,449	0,361	Valid
Motif Identitas Pribadi (X2)	0,449	0,361	Valid
	0,448	0,361	Valid
	0,634	0,361	Valid
	0,657	0,361	Valid
	0,477	0,361	Valid
Motif Integritas dan Interaksi Sosial (X3)	0,493	0,361	Valid
	0,363	0,361	Valid
	0,542	0,361	Valid
	0,437	0,361	Valid
Motif Hiburan (X4)	0,581	0,361	Valid
	0,554	0,361	Valid
	0,563	0,361	Valid
	0,557	0,361	Valid
	0,599	0,361	Valid
Kepuasan Menonton Konser Virtual (Y)	0,385	0,361	Valid
	0,407	0,361	Valid
	0,608	0,361	Valid
	0,369	0,361	Valid
	0,553	0,361	Valid
	0,793	0,361	Valid
	0,676	0,361	Valid
	0,602	0,361	Valid

Hasil dari Uji Validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan valid memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel dan bernilai positif.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alfa Cronbach	Standar	Keterangan
Penggunaan Aplikasi Weverse	0,854	0,600	Reliable
Kepuasan Menonton Konser Virtual	0,689	0,600	Reliable

Hasil uji reliabilitas mengindikasikan bahwa semua pernyataan pada variabel X dan Y memiliki reliabilitas yang tinggi, dengan nilai Cronbach Alfa yang lebih besar dari 0,600.

#### Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.5960612
	Std. Deviation	2.06853650
Most Extreme Differences	Absolute	.037
	Positive	.037
	Negative	-.037
Test Statistic		.037
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.194
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test di IBM SPSS Statistics 27, ditemukan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,194, yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel X (Penggunaan Aplikasi Weverse) dan variabel Y (Kepuasan Menonton Konser Virtual bagi Penggemar Enhypen (Engene) pada Media Sosial X) berdistribusi normal.

#### Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.258	.906		3.595	.000
	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Weverse	.394	.012	.861	33.810	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Menonton Konser Virtual						

Berdasarkan tabel di atas, nilai konstanta variabel kepuasan dalam menonton konser virtual (Y) sebesar 3,258 yang menunjukkan bahwa jika penggunaan aplikasi Weverse (X) bernilai nol, skor kepuasan dalam menonton konser virtual tetap di angka 3,258. Koefisien regresi pengaruh penggunaan aplikasi Weverse sebesar 0,394 yang mengindikasikan bahwa setiap penambahan 1% dalam pengaruh penggunaan aplikasi Weverse meningkatkan kepuasan dalam menonton konser virtual sebesar 0,394. Dengan demikian, terdapat hubungan positif antara pengaruh penggunaan aplikasi Weverse dan kepuasan dalam menonton konser virtual.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengambilan keputusan adalah 0,000, yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel penggunaan aplikasi Weverse (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menonton konser virtual (Y). Dapat dilihat juga melalui nilai t hitung sebesar 33.810 > t tabel 1,966, sehingga variabel pengaruh penggunaan aplikasi Weverse (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan dalam menonton konser virtual (Y).

#### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.734	.914		4.084	.000
Motif Informasi	.439	.056	.258	7.825	.000
Motif Identitas Pribadi	.163	.054	.111	3.023	.003
Motif Integritas dan Interaksi Sosial	.488	.065	.273	7.514	.000
Motif Hiburan	.497	.050	.379	9.981	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Menonton Konser Virtual

Dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 0,05$ , dengan rumus  $t_{tabel} = \alpha/2 ; n-k-1$ . Nilai  $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan (df) = 400-1-1 = 398. Maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,966. Hasil analisis statistik dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa variabel X1 (Motif Informasi) memiliki nilai t hitung sebesar 7,825, yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,966, dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, yang menunjukkan bahwa variabel X1 atau Motif Informasi secara signifikan

mempengaruhi kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) di media sosial X.

Variabel X2 (Motif Identitas Pribadi) memiliki nilai t-hitung 3,023 yang lebih besar dari t-tabel 1,966, dengan signifikansi sebesar 0,003 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, menunjukkan bahwa variabel X2 atau Motif Identitas Pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X.

Variabel X3 (Motif Integritas dan Interaksi Sosial) nilai t hitung sebesar 7,514 menunjukkan signifikansi yang lebih tinggi dari ttabel sebesar 1,966, dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, menunjukkan bahwa variabel X3, yaitu Motif Integritas dan Interaksi Sosial, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X.

Variabel X4 (Motif Hiburan) hasil analisis menunjukkan bahwa nilai thitung adalah 9,981, melebihi nilai ttabel yang sebesar 1,966, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari lambang signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima, menunjukkan bahwa variabel X4 atau Motif Hiburan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X.

#### Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 <sup>a</sup>	.754	.751	2.02194
a. Predictors: (Constant), Motif Hiburan, Motif Informasi, Motif Integritas dan Interaksi Sosial, Motif Identitas Pribadi				

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel, hubungan antara variabel bebas (penggunaan aplikasi Weverse) dan variabel terikat (kepuasan dalam menonton konser virtual) menunjukkan korelasi sebesar 0,868. Koefisien determinasi yang dihitung mencapai 0,754, menunjukkan bahwa sebanyak 75,4% dari tingkat kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) di media sosial X dapat dijelaskan oleh

penggunaan aplikasi Weverse. Sementara itu, 24,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Koefisien determinasi parsial perlu dihitung untuk setiap variabel bebas guna mengevaluasi pengaruhnya terhadap variabel terikat. Perhitungan ini menggunakan rumus Beta x Zero Order, dimana Beta adalah koefisien regresi yang distandarkan, dan zero order adalah korelasi parsial antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Model		Coefficients <sup>a</sup>			
		Standardized Coefficients	Correlations		
			Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)				
	Motif Informasi	.258	.696	.366	.195
	Motif Identitas Pribadi	.111	.683	.150	.075
	Motif Integritas dan Interaksi Sosial	.273	.737	.354	.188
	Motif Hiburan	.379	.786	.449	.249

a. Dependent Variable: Kepuasan Menonton Konser Virtual

Dari tabel 7, diperoleh nilai koefisien determinasi parsial sebagai berikut.

Tabel 8. Nilai Koefisien Determinasi Parsial

No	Variabel	Beta	Zero-Order	Beta x Zero Order	%
1	Motif Informasi	0,258	0,696	0,179568	17,95%
2	Motif Identitas Pribadi	0,111	0,683	0,075813	7,58%
3	Motif Integritas dan Interaksi Sosial	0,273	0,737	0,201201	20,12%
4	Motif Hiburan	0,379	0,786	0,297894	29,78%
		Total			75,43%

Berdasarkan hasil tabel di atas, didapatkan besaran pengaruh Motif Informasi terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X sebesar 17,59%. Pengaruh Motif Identitas Pribadi terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X sebesar 7,58%. Pengaruh Motif Integritas dan Interaksi Sosial terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X sebesar 20,12%. Pengaruh Motif Hiburan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhyphen (Engene) pada media sosial X sebesar 29,78%.

Pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Informasi berpengaruh sebesar 17,95% terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X dikarenakan nilai thitung > ttabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Informasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X.

Pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Identitas Pribadi berpengaruh sebesar 7,58% terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X dikarenakan nilai thitung > ttabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Identitas Pribadi (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X.

Pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Integritas dan Interaksi Sosial berpengaruh sebesar 20.12% terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X dikarenakan nilai thitung > ttabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel pengaruh penggunaan aplikasi Weverse melalui Motif Integritas dan Interaksi Sosial (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam menonton konser virtual bagi penggemar Enhypen (Engene) pada media sosial X.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori uses and gratifications yang menyatakan bahwa media digunakan untuk memenuhi kebutuhan khusus didukung, dengan penggemar Enhypen aktif memilih aplikasi Weverse sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan mereka saat mengikuti konser virtual.

## SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Weverse melalui motif-motif seperti informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, serta hiburan berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan penggemar Enhypen (Engene) dalam menonton konser virtual di media sosial X. Penggemar yang lebih sering berinteraksi melalui Weverse cenderung merasa lebih puas ketika menonton konser virtual. Mereka merasa bahwa hubungan yang terjalin melalui interaksi di Weverse memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap pengalaman menonton mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2019). *Hubungan Antara Tayangan K-Drama di Televisi dengan Perilaku pada Anak Remaja dalam Mengimitasi Korean Fashion*. 13(1), 65–79.
- Akhidatussolihah, J., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2021). *Jihan Akhidatussolihah Ana Fitriana Poerana Fardiah Oktariani Lubis*. (1), 108–136.
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication*. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Rafif, A. H. N., Yuanita, R., & Permatasari, T. (2022). Korean Wave: Strategi Pelaku Industri di Korea dalam Menghadapi Tantangan di Tengah Pandemi Covid-19. *Frequency of International Relations (FETRIAN)*, 3(2), 103–133. <https://doi.org/10.25077/fetrian.3.2.103-133.2021>.