

DAFTAR PUSTAKA

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1-19.
- Ahmadi, Mubarak. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Volume 4. Nomor 1 Juni 2020
- Arianto, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Barnes, J. (2015). Fanfiction as imaginary play: what fan-written stories can tell us about the cognitive science of fiction. *Poetics*, 48, 69-82. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.12.004>
- Blackburn, H. (2011). *Millennials and the adoption of new technologies in libraries through the diffusion of innovations process*. *Library hi tech*, 29 (4), 663-677.
- Bond, B. (2020). The development and influence of parasocial relationships with television characters: a longitudinal experimental test of prejudice reduction through parasocial contact. *Communication Research*, 48(4), 573-593. <https://doi.org/10.1177/0093650219900632>
- Bond, B. (2021). Social and parasocial relationships during covid-19 social distancing. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(8), 2308-2329. <https://doi.org/10.1177/02654075211019129>
- Bostwick, E. N., & Lookadoo, K. L. (2017). *The return of the king: How Cleveland reunited with LeBron James after a parasocial breakup*. *Communication & Sport*, 5(6), 689-711.
- Cao, Y. (2023). The love story and Taylor Swift's stylization., 114-119. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-004-6_16

- Caropeboka, R. M. (2017). Konsep dan aplikasi ilmu komunikasi. Penerbit Andi.
- Chung, S. and Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: implications for celebrity endorsement. *Psychology and Marketing*, 34(4), 481-495. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>
- Cohen, J. (2009). *Mediated relationships and media effects: Parasocial interaction and identification*. na.
- Cohen, J. (2014). *Current research on fandom, parasocial relationships, and identification*. *Media and social life*, 142-156.
- Cohen, J., & Hershman-Shitrit, M. (2017). *Mediated relationships with TV characters*. *Scientific Study of Literature*, 7(1), 109-128. <https://doi.org/10.1075/ssol.7.1.05coh>
- Dajches, L. and Aubrey, J. (2023). Queer folklore: examining the influence of fandom on sexual identity development and fluidity acceptance among taylor swift fans.. *Psychology of Popular Media*, 12(3), 255-267. <https://doi.org/10.1037/ppm0000408>
- Danuri, M., Informatika, M., Teknologi, J., & Semarang, C. (n.d.). *Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital*.
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, D. B. (2008). *Hubungan parasosial dan perbedaan diri: Hubungan palsu memiliki manfaat bagi individu yang memiliki harga diri rendah*. In Dicitak di Amerika Serikat. Hak Cipta © (Vol. 15).
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). *Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures*. *Human Communication Research*, 42(1), 21–44. <https://doi.org/10.1111/hcre.12063>
- Dibble, J., Hartmann, T., & Rosaen, S. (2015). Parasocial interaction and parasocial relationship: conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research*, 42(1), 21-44. <https://doi.org/10.1111/hcre.12063>

- Driessen, S. (2022). Campaign problems: how fans react to Taylor Swift's controversial political awakening. *American Behavioral Scientist*, 66(8), 1060-1074. <https://doi.org/10.1177/00027642211042295>
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media): Vol. III* (Issue 1).
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), 279-305.
- Giles, D. C. (2010). Parasocial relationships. Characters in fictional worlds: Understanding imaginary beings in literature, film, and other media, 442-459.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Handarkho, Y. (2020). Impact of social experience on customer purchase decision in the social commerce context. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(1), 47-71. <https://doi.org/10.1108/jsit-05-2019-0088>
- Harahap, L. 2011. Strategi Komunikasi Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.
- Harahap, M., Firman, F., & Ahmad, R. (2021). *Penggunaan Social Media dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat*. Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 3(1), 135–143. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>
- Hartmann, T. (2008). *Parasocial interactions and paracommunication with new media characters*.
- Hassan, B. and Novchi, R. (2019). Kepeminatan dan kemodenan dalam pembentukan identitas komunitas k-poppers pekanbaru (the nexus of fandom and modernity in the identity construction of komunitas k-poppers pekanbaru). *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 35(1), 171-186. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2019-3501-12>
- Himmelboim, I. and Golan, G. (2019). A social networks approach to viral advertising: the role of primary, contextual, and low influencers. *Social Media + Society*, <https://doi.org/10.1177/2056305119847516>

- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306.
- Horton, D., & Strauss, A. (1957) "Interaction in audience participation shows." *The American Journal of Sociology*, 62(6), 579–587.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956) "Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance." *Psychiatry*, 19, 185–206.
- Huamani, Kaitlyn. (2024). *I love when we get crazy': Swifties revel in the 'joy' of Taylor Swift's album release and their avid fan culture.* [https://www-latimes-com.translate.google.com/entertainment-arts/story/2024-04-22/swifties-revel-joy-of-taylor-swift-album-release-avid-fan-culture?](https://www.latimes-com.translate.google.com/entertainment-arts/story/2024-04-22/swifties-revel-joy-of-taylor-swift-album-release-avid-fan-culture?hl=en)
- Husna, F., Triantoro, D., & Nafisah, R. (2022). TikTok islam: ekspresi anak muda, media baru, dan kreativitas di masa pandemi. *Idarotuna*, 4(2), 86. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i2.18177>
- Jenkins, H. (1992). *What made pistachio nuts?: early sound comedy and the vaudeville aesthetic* (p. 63). New York: Columbia University Press.
- Juditha, C. (2022). TikTok's stitch trends as a feature of citizens' negation in communication on social media. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 242-258.
- Klimmt, C., Hartmann, T., & Schramm, H. (2006) "Parasocial interactions and relationships." In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), *Psychology of Entertainment*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 291-313.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.

- Kurtin, K. S., O'brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2019). *Parasocial Relationships with Musicians. In The Journal of Social Media in Society Fall (Vol. 8, Issue 2).*
- Layzuardy, Kelvin. (2018). Ini 6 Kelebihan TikTok Dibandingkan Aplikasi Video Sharing Lainnya. <https://nextren.grid.id/read/011268871/ini-6-kelebihan-TikTok-dibandingkan-aplikasi-video-sharing-lainnyapage=all>
- Maryam, M. (2022). Gambaran konsep diri remaja pengguna aplikasi TikTok di kota lamongan. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 3(1), 33-48. <https://doi.org/10.47776/mjprs.003.01.03>
- Max, J., Sudirman, E., Rahayu, F., & Nugroho, B. (2023). Discourse in billboard woman of the decade award: an actantial analysis. *Leksika Jurnal Bahasa Sastra Dan Pengajarannya*, 17(1), 39. <https://doi.org/10.30595/lks.v17i1.16077>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Muharman, D., Kartika, N., & Mercia, M. (2020). Play victim dalam lirik lagu-lagu taylor swift. *Caraka Indonesian Journal of Communications*, 1(2), 80-90. <https://doi.org/10.25008/caraka.v1i2.48>
- Mula-Márquez, Y. (2024). Parasocial relationships and identification with fictional characters in adolescents and adults: a systematic review.. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4154497/v1>
- Muliati, M. and Aiyuda, N. (2022). Loneliness but narcissistic!. *Jurnal Riset Psikologi*, 79-84. <https://doi.org/10.29313/jrp.v2i2.1595>
- Najah, D., Putra, A., & Aiyuda, N. (2021). Kecenderungan narsistik dengan intensitas penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa. *Psychopolytan Jurnal Psikologi*, 5(1), 1-7. <https://doi.org/10.36341/psi.v5i1.1914> of parasocial interaction research). *Publizistik*, 47, 436–459.
- Nia, L. and Loisa, R. (2019). Pengaruh penggunaan new media terhadap pemenuhan kebutuhan (studi tentang media sosial facebook dalam

- pemenuhan informasi di kalangan ibu rumah tangga). *Prologia*, 3(2), 489. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6393>
- Olii, S. (2023). An analysis of illocutionary acts in Taylor Swift's speech at NYU's 2022 commencement. *Journal of English Culture Language Literature and Education*, <https://doi.org/10.53682/eclue.v11i2.7032>
- Pennington, N. (2021). *Quitting social media: a qualitative exploration of communication outcomes*. *Qualitative Research Reports in Communication*, 22(1), 30-38.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan parasosial dan perilaku loyalitas fans dalam fandom Kpop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42-54.
- Perdana, K. E. (2023). *A Descriptive Analysis of Parasocial Interactions of Korean-Pop Fans on Indonesian Social Media*. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research (Modern)*, 2(5), 859-872.
- Perse, E. M., & Rubin, R. B. (1989). *Attribution in Social and Parasocial Relationships*. *Communication Research*, 16(1), 59-77. <https://doi.org/10.1177/009365089016001003>
- Pranata, R. (2021). Strategi komunikasi dalam gerakan penolakan isu relokasi dan penutupan pulau komodo. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(02), 111-124. <https://doi.org/10.46937/19202137066>
- Ray, M. (2024). Taylor Swift. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Taylor-Swift>
- Reardon, K. K., & Rogers, E. M. (1988). *Interpersonal versus mass media communication: A false dichotomy*. *Human Communication Research* 15, 284-303.
- Riyanto, Dwi Andi. 2023. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, diakses 14 November 2023 pukul 02.44).

- Rubin, R. B., & Mc Hugh, M. P. (1987) "Development of parasocial interaction relationships." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 31(3), 279–292
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (n.d.). *Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter)*.
- Schramm, H., Hartmann, T., & Klimmt, C. (2002) „Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Medienfiguren” [Desiderata
- Schroeder, A., & Pennington-Gray, L. (2015). *The role of social media in international tourist's decision making*. *Journal of Travel Research*, 54(5), 584-595.
- Shen, H. and Zhang, Y. (2022). The study on the impact of short video tourism vloggers at social media platform on online sharing intention. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.905002>
- Sherrick, B., Hoewe, J., & Ewoldsen, D. (2022). Using narrative media to satisfy intrinsic needs: connecting parasocial relationships, retrospective imaginative involvement, and self-determination theory.. *Psychology of Popular Media*, <https://doi.org/10.1037/ppm0000358>
- Stever, G. S. (2013). *Mediated vs. parasocial relationships: An attachment perspective*. *Journal of Media Psychology*, 17(3), 1-31.
- Stever, G. S. (2017). *Evolutionary theory and reactions to mass media: Understanding parasocial attachment*. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(2), 95–102. <https://doi.org/10.1037/ppm0000116>
- Stever, G. S., & Assistant Professor, C. (n.d.). *Parasocial and Social Interactions with Celebrities Parasocial and Social Interaction with Celebrities: Classification of Media Fans*.
- Storey, J. (2010). *Cultural studies and the study of popular culture*. Edinburgh University Press.

- Syamsuyar, F. (2023). Pengaruh komunikasi, lingkungan kerja dan pengembangan pegawai terhadap motivasi kerja pegawai dikantor camat bendahara kabupaten aceh tamiang. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 599-609. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1061>
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media baru dalam komunikasi politik (komunikasi politik i dunia virtual)*. Jakad Media Publishing.
- Tran, G., Yazdanparast, A., & Strutton, D. (2019). Investigating the marketing impact of consumers' connectedness to celebrity endorsers. *Psychology and Marketing*, 36(10), 923-935. <https://doi.org/10.1002/mar.21245>
- Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Aspikom
- Van Es, K. (2017). *The future of live*. John Wiley & Sons.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Whang, C. and Im, H. (2020). "i like your suggestion!" the role of humanlike ness and parasocial relationship on the website versus voice shopper's perception of recommendations. *Psychology and Marketing*, 38(4), 581-595. <https://doi.org/10.1002/mar.21437>
- Wibisono, G. (2017). Media baru dan nasionalisme anak muda: Pengaruh penggunaan media sosial 'Good News from Indonesia' terhadap Perilaku Nasionalisme. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2), 590-604.
- Yi, J. (2019). *Cultivation Effects of Female-Oriented Dating Sims: Players' Parasocial Relationships, Gender Attitudes, and Romantic Beliefs in China* (Doctoral dissertation, Syracuse University).
- Zhang, Z. (2022). Research on music album sales and commercial economic value: taking taylor swift as evidence., 3-8. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_2

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Penelitian

A. Latar Belakang

Era yang dijalani saat ini merupakan tempat segala sesuatunya berkaitan dengan teknologi komunikasi maupun informasi. Kemajuan teknologi seperti internet dan perangkat seluler telah membuat media sosial menjadi semakin populer. Media sosial hadir dan menyajikan interaksi sosial yang sangat luas dengan berbagai pilihan informasi yang ingin di konsumsi serta melakukan komunikasi dengan banyak pilihan media (Harahap, 2021).

Media sosial merupakan salah satu sarana penyebaran budaya populer yang menjadi bagian dari konten utama di media sosial itu sendiri. John Storey (2010) menyatakan bahwa konsumsi budaya populer akan selalu melahirkan penggemar, karena "penggemar merupakan konsumen, bagian paling jelas dari khayalan budaya populer. Hal ini disebabkan oleh karakteristik budaya populer yang menarik dan menghibur.

Konsumen budaya populer melalui media sosial tentu akan menjalin suatu kedekatan dengan tokoh yang diidolakan. Kedekatan yang terbentuk antara penggemar dengan idolanya, melahirkan sebuah perasaan seakan penggemar tersebut mengenal secara personal artis yang diidolakan. Fenomena ini disebut juga dengan hubungan parasosial. Dalam hubungan parasosial, penggemar berperan secara aktif dalam kehidupan dan kepribadian artis yang diidolakan.

Konsep hubungan parasosial yang pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl pada tahun 1956, merupakan salah satu pendekatan teoretis awal yang mengaitkan komunikasi massa dengan lingkungan interpersonal-sosial. *New media* yang sedang berkembang memicu perubahan pola komunikasi antar komunikasi massa dan hubungan interpersonal menjadi berkaitan erat (Hartmann, 2008). Hubungan parasosial sendiri lahir dari hubungan sosial yang terjadi antara penggemar dan tokoh yang diidolakan. Hubungan sosial yang terjalin secara terus menerus melalui media inilah yang akan terasa seperti komunikasi interpersonal bagi penggemarnya.

Hal ini disebabkan oleh pendekatan yang dilakukan idola di media sosial untuk menjalin kedekatan dengan penggemarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Horton dan Wohl yang mendefinisikan hubungan parasosial sebagai kedekatan yang berjarak yang hanya bersifat satu sisi saja (Cohen, 2014). Berbeda dengan hubungan interpersonal yang terjadi secara tatap muka dan berlangsung secara dua arah, hubungan parasosial ini hanya menyajikan kedekatan pada satu pihak, yakni si penggemar saja.

Maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memperluas, mengembangkan, dan meningkatkan pengetahuan serta wawasan peneliti mengenai *new media* dan dampak interaksi yang dihasilkan yaitu hubungan parasosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana hubungan parasosial penggemar Taylor Swift melalui tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*”?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan parasosial penggemar Taylor Swift melalui tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*”.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu-ilmu sosial khususnya di bidang ilmu komunikasi yang berfokus kepada pengembangan penelitian psikologi komunikasi dan *new media*.

b. Manfaat Praktis

1) Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai perilaku hubungan parasosial di media sosial khususnya TikTok sehingga menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2) Memberikan informasi mengenai karakteristik perilaku hubungan parasosial kepada para penggemar dan membantu penggemar untuk menjalin hubungan parasosial yang positif.

D. Informan

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menetapkan kriteria tertentu yang dianggap sesuai dalam pemilihan informan sebagai sumber data penelitian. Kriteria tersebut antara lain:

- a. Merupakan penggemar dari Penyanyi Taylor Swift setidaknya dua tahun terakhir.
- b. Berusia 18-34 tahun.
- c. Memiliki postingan mengenai Tren di TikTok yang bertajuk "*Dear Mbak Taylor*".
- d. Memiliki ciri perilaku hubungan parasosial dengan Taylor Swift.

E. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Sejak kapan anda mengidolakan Taylor Swift?
2. Apa yang membuat Anda mengidolakan Taylor Swift?
3. Apa yang anda sukai dari musik Taylor Swift?
4. Menurut Anda Taylor Swift sosok yang seperti apa?
5. Sejauh mana kah Anda mengidolakan Taylor Swift ?
6. Bagaimana cara anda menggambarkan hubungan dengan Taylor?
7. Apa yang ingin Anda sampaikan kepada Taylor Swift melalui video "*Dear Mbak Taylor*"?
8. Apa yang membuat Anda tertarik untuk berpartisipasi dalam tren "*Dear Mbak Taylor*"?

9. Bagaimana Anda merasa tren ini memengaruhi hubungan Anda dengan Taylor Swift?
10. Menurut Anda, bagaimana tren ini memengaruhi Taylor Swift?
11. Pernahkah Anda merasa seperti Anda mengenal Taylor Swift secara pribadi?
12. Pernahkah Anda merasa seperti Taylor Swift adalah teman Anda?
13. Pernahkah Anda merasa seperti Taylor Swift memahami Anda?
14. Bagaimana ketertarikan anda terhadap Taylor Swift dalam bidang Task Attraction? (ketertarikan tugas, bakat, dan kemampuan)
15. Bagaimana ketertarikan anda terhadap Taylor Swift dalam bidang Social Attraction? (ketertarikan akan kesamaan yang dimiliki dgn taylor menjadikan panutan, baik dalam hal pakaian, sikap. kepribadian)
16. Bagaimana ketertarikan anda terhadap Taylor Swift dalam bidang Physical Attraction? (tentang daya tarik fisik (visual) dan keinginan penggemar untuk menjalin hubungan nyata dengan idolanya)
17. Bagaimana perasaan Anda setelah membuat video "*Dear Mbak Taylor*"?
18. Apakah tren "*Dear Mbak Taylor*" mengubah cara Anda berinteraksi dengan Taylor Swift?
19. Apakah tren "*Dear Mbak Taylor*" memengaruhi identitas Anda sebagai penggemar Taylor Swift?
20. Silahkan tuliskan pesan dengan tajuk "*Dear Mbak Taylor*" yang ingin kamu ungkapkan ke Taylor Swift!