

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

Oleh:

Loura Syafira¹

Nikmah Suryandari²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: lourasyafira19@gmail.com

Abstract. Along with the development of the times and rapid globalization, South Korea has become one of the countries that has succeeded in building a strong cultural image in the international arena through a wave of popular culture widely known as the Korean Wave or Hallyu. This cultural wave includes music, drama, food, fashion, makeup, lifestyle and social values. One of the most prominent things about the Korean Wave or Hallyu phenomenon is the K-pop music industry, which has currently attracted the attention of the world, including the Indonesian people. One of the main icons in spreading Korean culture is the K-pop idol group Blackpink, this K-pop idol group is not only known for its music and appearance, but also the lifestyle they display, ranging from fashion, cosmetics, to social behavior. This study aims to analyze the role of the K-pop idol group Blackpink as a cultural influencer in the context of cultural communication, as well as how K-pop fans in Indonesia accept and adopt the Korean lifestyle they promote. The method used is a qualitative approach with a study of cultural communication through in-depth interviews and observations of Blackpink fans in Indonesia. The results of the study show that the K-pop idol group Blackpink is not only a representation of entertainment, but also a symbol of modern Korean culture that actively influences the way of dressing, speaking style, culinary preferences and social

Received May 22, 2025; Revised June 05, 2025; June 10, 2025

*Corresponding author: lourasyafira19@gmail.com

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

values of its fans. This study also shows that cultural communication that occurs through entertainment media has a significant role in shaping a global cross-cultural lifestyle.

Keywords: Blackpink, K-pop, Cultural Influencer, Cultural Communication, Korean Lifestyle, Hallyu, Korean Wave, Indonesia.

Abstrak. Seiring dengan perkembangan zaman dan pesatnya globalisasi, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang berhasil membangun citra budayanya yang kuat di kancah Internasional melalui gelombang budaya populer yang banyak dikenal sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu*. Gelombang budaya ini mencakup musik, drama, makanan, *fashion*, *makeup*, gaya hidup dan nilai-nilai sosial. Salah satu hal yang paling menonjol dari fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* adalah industri musik K-pop, yang saat ini telah menarik perhatian dunia, termasuk masyarakat Indonesia. Salah satu ikon utama dalam menyebarkan budaya Korea adalah grup idola K-pop Blackpink, grup idola K-pop ini tidak hanya dikenal melalui musik dan penampilannya, tetapi juga gaya hidup yang mereka tampilkan, mulai dari *fashion*, kosmetik, hingga perilaku sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran grup idola K-pop Blackpink sebagai *cultural influencer* dalam konteks komunikasi budaya, serta bagaimana penggemar / *fans* K-pop di Indonesia menerima dan mengadopsi gaya hidup Korea yang mereka promosikan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi komunikasi budaya melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap *fans*/ penggemar Blackpink di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa grup idola K-pop Blackpink tidak hanya menjadi representasi hiburan, tetapi juga menjadi simbol budaya Korea *modern* yang secara aktif mempengaruhi cara berpakaian, gaya berbicara, preferensi kuliner hingga nilai-nilai sosial para penggemarnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi budaya yang terjadi melalui media hiburan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk gaya hidup lintas budaya yang bersifat global.

Kata Kunci: Blackpink, K-pop, Cultural Influencer, Komunikasi Budaya, Gaya Hidup Korea, *Hallyu*, *Korean Wave*, Indonesia.

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat, budaya populer mengalami transformasi yang sangat cepat dan luas. Budaya populer merupakan

budaya yang lahir dari perkembangan zaman dari kehendak teknologi yang diterima masyarakat dan dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan tingkah laku seseorang atau kelompok dalam suatu masyarakat (Putra et al., 2019). Salah satu contoh yang paling mencolok dari fenomena ini adalah meledaknya budaya Korea Selatan atau yang biasa disebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu* yang berhasil menarik perhatian dari berbagai manca negara termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri, istilah *Korean Wave* atau *Hallyu* mulai dikenal sejak tahun 2002, dimana setelah penyelenggaraan Piala Dunia di Jepang dan Korea Selatan (Kaya, 2023). Gelombang Korea (*Korean Wave/ Hallyu*) ini tidak hanya mencakup musik K-pop, tetapi juga drama, *fashion*, kosmetik, makanan hingga gaya hidup sehari-hari masyarakat Korea. Budaya Korea diterima oleh publik di seluruh dunia sehingga berhasil tumbuh dengan cepat dan semakin meluas (Deafifa & Noorrizki, 2022). Korean Pop (K-pop) merupakan salah satu produk budaya populer yang dimiliki oleh Korea Selatan dan berhasil menarik perhatian berbagai negara, industri musik Korea menciptakan grup idola karena ingin budaya mereka diakui oleh seluruh dunia. Dalam fenomena ini, Korea Selatan memberikan perspektif bahwa unsur kebudayaan sangatlah berpengaruh untuk membangun citra sebuah negara, bahkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Blackpink sebagai salah satu grup idola K-pop terbesar di dunia memiliki peran penting dalam diplomasi budaya Korea Selatan. Konsep diplomasi budaya dapat menyoroti bagaimana Korea Selatan menggunakan kebudayaan dalam proses diplomasi Korea Selatan untuk mencapai kepentingan nasionalnya, dimana Korea Selatan menggunakan *pop culture*-nya yaitu K-Pop dalam proses diplomasi Korea Selatan (Assabil & Triyatno, 2023). Peran pemerintah Korea Selatan turut membantu menyukseskan *Korean Wave* dengan menyiapkan dana yang sangat besar untuk memelihara industri hiburan dan kebudayaan negara (Angesti & Purnama, 2024) . Blackpink merupakan grup idola asal Korea Selatan yang dibentuk oleh YG *Entertainment* dan debut pada tahun 2016, yang beranggotakan Jisoo, Jennie, Rose dan Lisa. Blackpink dengan cepat memperoleh popularitas global berkat kombinasi dari musik, koreografi dan visual yang menarik dan memukau, Blackpink juga menempati posisi unik sebagai duta global dari berbagai merek fashion ternama dunia seperti Dior, Chanel, Celine dan Ysl, hal ini menjadikan mereka tidak hanya berperan sebagai musisi tetapi juga sebagai *fashion icon* dan *cultural ambassador* dari Korea Selatan. Eksistensi

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

mereka tidak sebatas hanya pada industri hiburan, tetapi juga menyentuh pada aspek sosial dan budaya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memberikan sambutan luar biasa dengan kehadiran Blackpink, *fans* yang memiliki julukan Blink tumbuh sangat pesat dan aktif diberbagai media sosial dan forum daring dengan mengadakan berbagai macam *project* seperti *fansbase meet* hingga *event-event offline* lainnya. *Fans* dari grup idola Blackpink ini atau yang biasa disebut Blink menunjukkan tingkat loyalitas dan keterlibatan yang luar biasa, baik dalam mendukung karya-karya idola mereka maupun dalam meniru gaya hidup yang ditampilkan oleh Blackpink. Banyak *fans* di Indonesia mulai ikut mengkonsumsi produk-produk Korea, mengadopsi gaya berpakaian, mencoba berbagai macam makanan Korea, hingga ikut belajar bahasa Korea sebagai bentuk apresiasi dan identifikasi terhadap budaya Korea yang direpresentasikan oleh Blackpink.

Blackpink telah menjadi bagian dari duta budaya Korea Selatan secara tidak langsung. Melalui musik , gaya busana, kosmetik, hingga gaya hidup sehari-hari yang mereka tampilkan, para anggota atau *member* Blackpink berhasil menciptakan identifikasi yang kuat dengan para penggemarnya. Salah satu contohnya yaitu gaya busana dari *member* Blackpink Jennie yang sering sekali menjadi *trend fashion* dikalangan remaja, atau gaya rambut *member* Blackpink Lisa dengan poni ikonik nya yang banyak ditiru oleh banyak *fans* di media sosial. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa pengaruh dari Blackpink melampaui dunia hiburan dan merambah ke gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat global, termasuk Indonesia.

Dalam komunikasi budaya, adanya keterikatan emosional antara *fans* dan idol merupakan salah satu bentuk interaksi budaya yang kompleks. *Fans* tidak hanya konsumen pasif, tetapi *fans* juga ikut aktif dalam membentuk makna dan nilai budaya berdasarkan cara mereka memahami konten yang disampaikan oleh idola mereka. Salah satu contohnya seperti saat Blackpink merilis lagu berjudul “*How You Like That*” yang memiliki maksud sebagai pesan tentang kepercayaan diri setelah masa sulit, tetapi Sebagian *fans* bisa memaknainya sebagai lagu semangat untuk bangkit dari berbagai tekanan seperti tekanan pekerjaan, sekolah atau lainnya, hal ini menunjukkan bahwa *fans* memiliki peran aktif dalam menafsirkannya.

Penelitian ini menjadi relevan karena membahas pemahaman tentang bagaimana budaya Korea, khususnya melalui Blackpink yang diterima dan diadopsi sesuai dengan

konteks sosial dan budaya Indonesia. Penelitian ini tidak hanya membahas tentang gaya berpakaian ataupun kecantikan, tetapi juga menyentuh pada aspek nilai, identitas dan komunikasi lintas budaya yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi komunikasi budaya yang bertujuan untuk menggali dan memahami secara mendalam bagaimana Blackpink sebagai grup idola K-pop berfungsi sebagai *cultural influencer* bagi penggemar atau *fans* di Indonesia, teknik pengumpulan data dilakukan dengan Observasi dan melakukan wawancara kepada para penggemar aktif Blackpink di Indonesia, pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dimana peneliti memilih individu berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Blackpink sebagai Simbol Budaya Populer Korea

Budaya populer awalnya merupakan budaya massa yang berubah menjadi budaya komersial, budaya yang telah mencapai kebudayaan tinggi berkat kreatifitas individunya. Budaya yang dikemas dengan baik untuk daya pasar yang tinggi, budaya populer K-pop dapat diterima dan diperjual belikan oleh masyarakat luas (Rambe & Kusuma, 2023). Blackpink tidak hanya dipandang sebagai grup idola musik K-pop biasa, tetapi telah berkembang menjadi simbol budaya populer Korea yang mencerminkan nilai-nilai modernitas, gaya hidup dan citra Korea yang menarik dimata masyarakat global, termasuk Indonesia. Keberadaan Blackpink merupakan suatu jalan dalam memperkenalkan budaya yang dimiliki negara Korea Selatan dalam mempromosikan dan menyebarkan budaya lokalnya untuk menunjang kepentingan-kepentingan pemerintah atau negaranya agar dapat tercapai. Blackpink sukses untuk mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat global, maka dari itu banyak sekali karya-karya original yang berasal dari Korea Selatan menjadi populer, seperti penggunaan pakaian tradisional *Hanbok* Korea dalam Musik video (Mv) Blackpink yang berjudul “*How You Like That*”.

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

Sebagai grup idola yang banyak menjadi wajah dari berbagai merek terkenal di dunia seperti Dior, Chanel, Celine, Ysl, MAC dan Samsung, Blackpink secara tidak langsung membawa pesan budaya Korea melalui estetika visual, gaya berpakaian, dan perilaku yang mereka tampilkan. Hal ini ditunjukkan dengan aktivitas mereka di media sosial, dimana mereka secara aktif membagikan momen-momen personal yang menunjukkan gaya hidup mereka di Korea, interaksi ini menjadikan mereka *role model* bagi banyak *fans* atau penggemar terutama dikalangan remaja. Salah satu informan, seorang Mahasiswi Surabaya berusia 21 tahun mengungkapkan ketertarikannya terhadap dunia kecantikan dan makeup Korea terjadi setelah dia melihat konten Blackpink di media sosial.

“Awalnya cuma nonton sekilas video Blackpink yang lewat di Fyp Tiktok, tapi makin lama jadi tertarik sama penampilan dan skincare yang mereka pakai. Pas liat Jisoo tuh kulitnya glowing dan natural banget, akhirnya aku jadi penasaran dan cari tau tentang skincare sama makeup Korea yang dipake”

Wawancara dari salah satu informan ini menunjukkan bahwa pengaruh Blackpink tidak hanya terjadi pada level hiburan musik saja, tetapi sudah menyentuh aspek gaya hidup dan konsumsi masyarakat. Beberapa informan juga menyebutkan bahwa mereka banyak mengikuti tutorial makeup di media sosial yang mengadaptasi gaya khas dari member Blackpink, seperti gaya rambut ala Lisa Blackpink atau riasan mata ala Jennie Blackpink. Ada juga yang sengaja membeli produk kecantikan atau skincare yang menjadi *endorsement* dari Blackpink sebagai bentuk partisipasi dalam budaya konsumsi K-pop.

Blackpink bukan hanya sekedar grup idola K-pop, tetapi juga merupakan *cultural icon* yang memperkenalkan budaya Korea dalam keseharian penggemar atau *fans* nya. Peran Blackpink sebagai *influencer* budaya tidak hanya untuk membuat tren sesaat tetapi juga dapat mempengaruhi identitas kultural dan gaya hidup para penggemar atau *fans* nya.

Penerimaan Gaya Hidup Korea di Kalangan Fans BLACKPINK di Indonesia

Gaya hidup Korea banyak masuk dan diterima dikalangan *fans* Blackpink di Indonesia, gaya hidup Korea yang dikonsumsi dan diadopsi oleh para *fans* atau penggemar tidak hanya sebatas pada aspek hiburan seperti musik dan drama, tetapi juga

meliputi berbagai hal yang lebih luas. Penggemar K-pop di Indonesia tidak hanya mengikuti musik dan gaya hidup para Idol, tetapi juga tertarik untuk mendukung produk atau brand yang berkolaborasi dengan Idola mereka (Hanna Nadhifah & Salisah, 2025). Hal ini menunjukkan bagaimana budaya populer dari luar negeri dapat mengubah pola konsumsi dan preferensi masyarakat lokal dan membentuk identitas sosial yang baru. Penerimaan gaya hidup Korea ini dapat dilihat dalam beberapa aspek utama yaitu:

1. Fashion dan kosmetik

Salah satu aspek yang paling menonjol dari gaya hidup Korea yang diterima oleh *fans* atau penggemar Blackpink di Indonesia adalah adopsi terhadap tren *fashion* dan kosmetik. Blackpink menunjukkan gaya berpakaian yang modis, *futuristic* dan variatif, yang mencerminkan pengaruh dari berbagai mode dunia sekaligus tetap mempertahankan estetika Korea. Hal ini sangat berpengaruh dikalangan penggemar Blackpink di Indonesia yang kemudian ikut mengaplikasikan gaya berpakaian anggota Blackpink dalam kehidupan sehari-hari, seperti untuk *outfit* kasual sampai gaya formal.

Kemudian pada bagian kosmetik, tren *Korean beauty* yang memprioritaskan tampilan riasan natural, *dewy skin* dan tahapan layer skincare yang banyak digemari oleh para penggemar di Indonesia, menyebabkan produk-produk seperti *cushion foundation*, *liptint* dan *sheet mask* menjadi populer dan mudah ditemukan dipasar lokal baik melalui *e-commerce* ataupun *offline store*. Adopsi gaya Korea ini tidak hanya mencerminkan konsumsi produk semata, tetapi juga menjadi bagian dari penciptaan citra diri dan identitas personal melalui bentuk visual. Dari adanya penyebaran budaya Korea melalui K-pop dan drama Korea membuat pergeseran tren *makeup style* dari barat yang tebal dan *bold* menjadi Korea yang lebih alami dan mengutamakan kulit sehat (Wardani & Azwar, 2024). Dalam konteks komunikasi budaya, hal ini menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya menerima budaya dari luar begitu saja tetapi mereka secara aktif memilih dan mengolah budaya tersebut sebelum akhirnya mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Kuliner dan Budaya Konsumsi

Budaya kuliner Korea juga menjadi bagian dari gaya hidup korea yang diterima oleh penggemar atau *fans* Blackpink di Indonesia. Melalui berbagai

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

tayangan seperti *variety show* pada acara Blackpink yaitu “*Blackpink House*” atau video mukbang , para penggemar atau fans menjadi terpapar berbagai macam makanan khas Korea seperti *tteokbokki*, *kimchi*, *ramyeon*, *samgyeopsal* dan *bibimbap*. Tidak sedikit penggemar yang kemudian ingin mencoba makanan-makanan ini, baik dengan membelinya di restoran Korea maupun mencoba membuatnya sendiri di rumah.

3. Bahasa Korea

Penerimaan gaya hidup Korea juga tercermin dari *antusiasme fans* atau penggemar untuk mempelajari bahasa Korea. Banyak penggemar yang secara otodidak belajar Bahasa Korea melalui lirik lagu Blackpink, dialog dalam drama, sampai dengan penggunaan aplikasi belajar bahasa seperti *memrise* atau melalui *Youtube* yang menyediakan konten belajar bahasa Korea. Selain itu banyak juga fans yang kemudian ikut menggunakan panggilan Korea dalam bahasa sehari-hari seperti *Oppa* dan *Eonni* sebagai bentuk ekspresi emosional dan identifikasi terhadap budaya Korea.

Komunikasi Budaya yang Adaptif

Fenomena Blackpink sebagai representasi budaya Korea di mata penggemar Indonesia tidak hanya terhenti pada konsumsi budaya populer secara pasif, tetapi para penggemar juga menunjukkan respon aktif , selektif, dan adaptif dalam proses komunikasi budaya yang sedang terjadi antara dua konteks budaya yang berbeda yaitu Korea Selatan dan Indonesia. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi antarbudaya yang menekankan bahwa dalam interaksi lintas budaya, individu tidak hanya menerima budaya asing secara utuh, tetapi melalui proses seleksi, adaptasi, hingga transformasi.

Meskipun budaya Korea dan Indonesia memiliki banyak perbedaan, para penggemar Blackpink di Indonesia mampu untuk menyesuaikan diri dan tetap terbuka terhadap pengaruh budaya Korea. Para penggemar tidak meniru semuanya secara langsung, tetapi memilih dan menyesuaikan hal-hal yang menurut mereka cocok dan positif untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu hal yang disukai oleh penggemar adalah semangat dan kerja keras para member Blackpink serta perjuangan mereka saat masih menjadi *trainee* dengan jadwal latihan yang padat dan tantangan yang

berat, hal ini menjadi inspirasi bagi banyak penggemar yang mengaku merasa termotivasi untuk belajar lebih giat dan tidak mudah menyerah.

Komunikasi budaya yang terjadi antara penggemar Blackpink dan budaya Korea bersifat dua arah, dimana penggemar juga ikut memilih dan mengolah budaya yang ingin mereka terapkan di kehidupan sehari-hari. Blackpink bukan hanya sekedar menjadi grup idola asal Korea Selatan, tetapi juga menjadi jembatan budaya yang memperkenalkan hal-hal baru kepada para penggemar di Indonesia melalui cara berpakaian, sikap, dan gaya hidup, para penggemar membentuk identitas baru yang merupakan perpaduan antara budaya lokal dan budaya Korea.

KESIMPULAN DAN SARAN

Blackpink telah memainkan peran yang sangat penting sebagai *cultural influencer* yang memfasilitasi penyebaran budaya Korea kepada para penggemar atau *fans* di Indonesia. Melalui strategi komunikasi budaya yang kuat, mereka tidak hanya memperkenalkan musik, tetapi juga gaya hidup, nilai sosial, dan identitas visual khas Korea. Proses komunikasi budaya yang terjadi bersifat dua arah dan dinamis, dimana penggemar tidak hanya mengonsumsi konten yang dibagikan secara mentah-mentah, tetapi mereka secara aktif memilih dan mengolah budaya tersebut sebelum akhirnya mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Blackpink sebagai ikon budaya populer Korea Selatan mampu mempengaruhi gaya berpakaian, pola konsumsi, serta gaya hidup penggemarnya di Indonesia.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh K-Pop terhadap aspek lain seperti Pendidikan, konsumsi media dan pola interaksi sosial antar penggemar lintas negara. Untuk *fans* atau penggemar, penting untuk mengadopsi budaya asing secara selektif dan sadar, tanpa meninggalkan nilai budaya lokal kita sendiri.

DAFTAR REFERENSI

- Angesti, A. R., & Purnama, C. (2024). Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Grup Idola K-Pop Terhadap Publik Indonesia Pada Tahun 2020-2022. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.24198/padjir.v6i1.49284>

IDOL K-POP BLACKPINK SEBAGAI CULTURAL INFLUENCER: STUDI KOMUNIKASI BUDAYA FANS K-POP BLACKPINK INDONESIA DALAM MENERIMA GAYA HIDUP KOREA

- Assabil, Q., & Triyatno, A. (2023). Diplomasi Budaya Korea Selatan & K-Pop Pada 2021 (South Korean Cultural Diplomacy & K-Pop at 2021). *Jurnal Sosial Politik Peradaban*, 4(1), 75–100.
<https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jspp/article/view/1401>
- Deafifa, A. S. D. R., & Noorizki, R. D. (2022). Fenomena Agresi Verbal Fans K-Pop Indonesia di Media Sosial. *Flourishing Journal*, 2(5), 348–354.
<https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p348-354>
- Hanna Nadhifah, N. H. A., & Salisah. (2025). *Penggunaan Idol K-Pop New Jeans sebagai Brand Ambassador Indomie*. 6(1).
- Kaya, G. M. (2023). *SKRIPSI PENGARUH KEKUATAN GIRLGROUP BLACKPINK DALAM DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI KONSER BORN PINK DI JAKARTA 2023*.
- Putra, A., Tobing, H., Rahajeng, O., & Yuhan, R. (2019). Dampak Budaya Korean Pop Dalam Perilaku Konsumerisme di Kalangan Penggemar K-Pop UKM Hallyu- Up Edutainment. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 2(2), 37–45.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpips/article/view/8508/4156>
- Rambe, S. N. A., & Kusuma, R. S. (2023). *Partisipasi Penggemar Di Dalam Media Sosial Sebagai Aktivitas Penggemar K-Pop Dalam Digital Streaming*. 1–24.
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/113233>
- Wardani, S. F., & Azwar. (2024). Fenomena Pemanfaatan Media Sosial Makeup Style dalam Mengadopsi Korean Wave. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 8(2), 554–564. <https://doi.org/10.22219/satwika.v8i2.36583>