

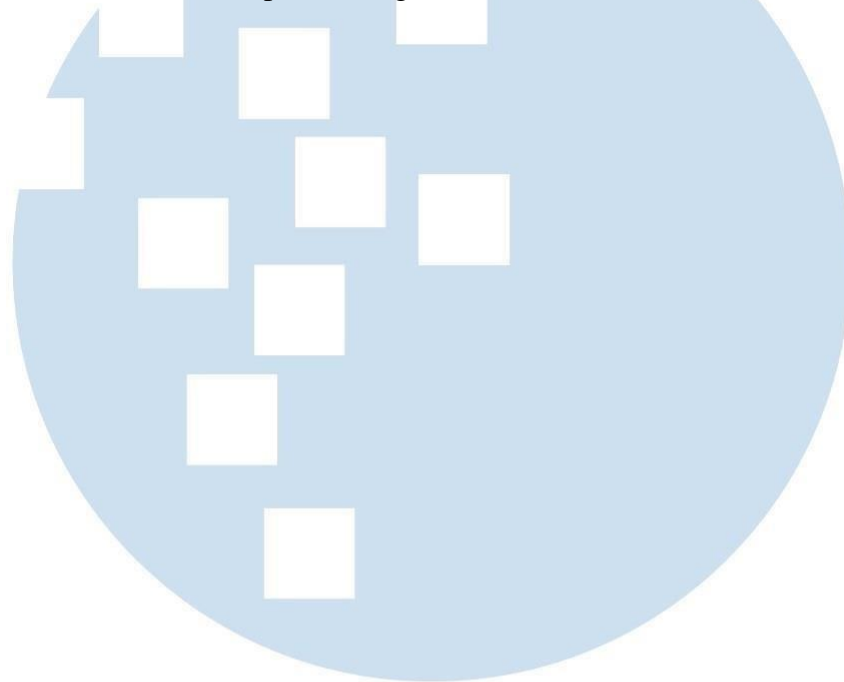
DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.*
- Booth, P. (2015). *Booth, P. (2015). Playing fans: Negotiating fandom and media in the digital age. United States: University of Iowa.*
- Cheriyah. (2022). Indonesian K-Pop fans: The relationship between ARMY-BTS identity and their demographic. *Journal of Social Studies (JSS)*, 18(2), 249–264. <https://doi.org/10.21831/jss.v18i2.51425>
- Creswell, J. W. (2017). *Creswell, J. W. (2017). Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed (Edisi ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- Dewi. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Diffa, A., Maharani, M., & Rahmasari, D. (2019a). Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Penggemar Bts (Bangtan Boys). *Nojdbdoa*, 4(1), 1–9.
- Diffa, A., Maharani, M., & Rahmasari, D. (2019b). Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Penggemar Bts (Bangtan Boys). *Nojdbdoa*, 4(1), 1–9.
- Fajrie, M. (2019). Analisis Uses and Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 4(1), 19–34.
- Gottman. (2021). Perilaku Komunikasi Toxic Friendship Dengan Teman Sebaya. In *Komunikasi*.
- Hidayati. (2017). Korean Drama Constructing Multiculturalism among Muslim Women Students. *Al-Albab*, 6(1), 125. <https://doi.org/10.24260/alalbab.v6i1.672>
- Kahija, Y. F. La. (2017). *Kahija, Y. F. La (2017). Penelitian fenomenologis: Jalan memahami pengalaman hidup. Yogyakarta: PT Kanisius.*
- Karunia. (2021). Uses and Gratifications Theory. *Engaging Theories in Family Communication*, 93. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Krisdinanto. (2021). Ketika Fans ‘Menikahi’ Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS. *Avant Garde*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1304>

- Liani. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 63–67.
- Marimaa, K. (2014). The Many Faces of Fanaticism. *ENDC Proceedings*, 14(April 2010), 29–55. https://www.ksk.edu.ee/wp-content/uploads/2012/12/KVUOA_Toimetised_14_2_kalmer_marimaa.pdf
- Moleong, L. J. (2018). *Moleong, L. J. (2018) Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, R. (2016). *Nasrullah, R. (2016). Media sosial: Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraini. (2016). *Hubungan Antara Fanatisme Dengan Agresi Verbal Pada Anggota Komunitas Fans K-Pop*.
- Packer, M. (2017). *Packer, M. (2017). The science of qualitative research (2nd ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patton, M. Q. (2014). *Patton, M. Q. (2014). Qualitative research & evaluation methods integrating theory and practice fourth edition*. United States of America: SAGE Publications.
- Putri, et al., 2019. (2023). *Muhamad Taufiqur Rohman, dkk. Prosiding Seminar Nasional Penggunaan Bahasa dan Sastra Indonesia di Kalangan Generasi Z*. 160–167.
- Riyanto. (2017). *teori Uses and Gratification*.
- Sagita. (2018). Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter). *CoverAge: Journal of Strategic of Communication*, 8(1), 45–58.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Sugiyono. (2013). *Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supelli, K. (2012). *Supelli, K. (2011). Dari kosmologi ke dialog: Mengenal batas pengetahuan, menentang fanatisme*. Bandung: Mizan.
- suyati. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Konflik Di Masyarakat. *EDUSOSHUM: Journal of Islamic Education and Social Humanities*, 2(1), 150–158. <https://doi.org/10.52366/edusoshum.v2i1.33>

Whiting. (2013). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–11.

Wishandy, W., Loisa, R., & Utami, L. S. S. (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON). *Koneksi*, 3(1), 133. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6156>



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA