

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley. J & Dennis K. Davis. (2018). *Teori Komunikasi Massa (Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*
23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Jilid 2. Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2009). *New Media: A Critical Introduction (Second Edition)*. New York: Routledge.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Rezi, Maulana. (2018). *Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Yogyakarta: Phoenix Publisher.
- Riduwan & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.

Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*.

Bandung: Nuansa Cendikia.

Rumanti, Maria Assumpte. (2002). *Dasar-Dasar Public Relation: Teori dan Praktik*.

Sarjono, Haryadi & Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar,*

Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat.

Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan*

Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. (Edisi 1. Cetakan ke-4). Jakarta:

Kencana Prenada Media Group.

Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Kedua)*.

Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

West, Richard dan Turner, Lynn. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan*

Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Skripsi:

Amelia, Surya Rezky (2016) *Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Menonton Tayangan*

“Ini Talk Show” di Net TV (Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan

Komunikasi UIN Alauddin Makassar). Makassar: Universitas Islam Negeri

Alauddin.

Karelina, Rekha. (2020). *Pengaruh Motif terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram*

@smbtelkom. Bandung. Universitas Telkom.

Mukti, Wisnu Ari. (2017). *Analisa dan Perbandingan Bukti Forensik Aplikasi Media Sosial Facebook dan Twitter Pada Smartphone Android*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Perdana, M. I. (2018). *Efektivitas Akun Sosial Media Twitter Pemerintah Kota Bekasi @pemkotbekasi Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bekasi*.

Bandung: Universitas Telkom.

Purnama, Novia Sari. (2014). *Analisis Motif dan Kepuasan Penonton Program Komedi Opera Van Java*. Bandung: Universitas Telkom.

Putra, Raditya Pratama. (2017). *Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Pemanfaatan Situs smb.telkomuniversity.ac.id Sebagai Media Informasi*.

Bandung: Universitas Telkom.

Jurnal:

Ardia, V. (2014). *Drama Korea dan Budaya Popular*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(3)

Basri, Hasan. (2017). *Peran Media Sosial Twitter dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama di Kota Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa FISP. Vol. 4, No. 2.

Boyd, Danah M & Ellison, Nicole B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication.

Emarwani, Sri Rezky. (2017). *Pengaruh Motif Pengguna Media Sosial Twitter @Goriau.com Terhadap Kepuasan Followers Dalam Mendapatkan Informasi di*

Kota Pekanbaru. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Vol. 4, No. 2.

Fauziah, Rizka. (2015). *Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)*. Jurnal Komunikasi Massa UNS.

Gladys, Dr. Muasya. *A Uses and Gratification Perspective on Social Network Sites Among Private University Students in Kenya*. African Multidisciplinary Journal of Research (AMJR). Vol. 4 (2).

Gooch, Betsy. (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*. Georgia Institute of Technology.

Ishii, Kenichi. (2008). *Uses and Gratification of Online Communities in Japan*. Observatorio Journal.

Innova, Eureka Intan. (2016). *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra. Vol. 4, No. 2.

Jayawinangun, Roni & Nugraha, Yogaprasta Adi. (2018). *Penggunaan Internet dan Media Sosial Orang Muda di Pedesaan (Kasus Orang Muda di Desa Ciasmara Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor)*. Jurnal Unpak. Vol. 24, No. 2.

Johnson, Philip Ryan & Yang, Sung-Un. (2009). *Uses And Gratifications of Twitter: An Examination of User Motives and Satisfaction of Twitter Use*. Syracuse University.

Jung, Sun & Shim, Doobo. (2013). *Social Distribution: K-Pop Fan Practices in Indonesia and The 'Gangnam Style' Phenomenon*. International Journal of Cultural Studies SAGE. Vol. 17 (5).

- Khairil, Muhammad. Yusaputra, Muhammad Isa., dan Nikmatusholeha. (2019). *Efek Ketergantungan Remaja K-Popers terhadap Media Sosial di Kota Palu*. Jurnal ASPIKOM. Vol. 4, No. 1.
- Khaldun, M.Ibnu. (2016). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan dan Harga pada Po. Sindoro Satriamas Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Vol. 5, No. 3.
- Liani, Dhea Nursyafitri. (2020). *Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind)*. E-Jurnal Komunikasi. Vol. 20, No. 1.
- Lie, John. (2012). *What Is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity*. Korea Observer, Vol. 43, No. 3.
- Latingua, Katherine Ray. (2019). *Uses and Gratifications of Watching YouTube Beauty Vlogs*. Rochester Institute of Technology Scholar Works.
- Mollett, Amy & Moran, Danielle. (2011). *Using Twitter in University Research, Teaching and Impact Activities. A Guide for Academics and Researchers*. London School of Economics and Political Science Research Online.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). *Predictors of Internet Use*. Journal of Broadcasting and Electronic Media. Vol. 44.
- Pearson, Robert. (2010). *Fandom in the Digital Era*. The International Journal of Media and Culture. Vol. 8.
- Purba, Ririn. (2019). *Kesetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital*. E-Journal KEMSOS. Vol. 43, No. 2.

- Rahma, Safina. (2019). *Pengaruh Motif Penggunaan Second Account Instagram terhadap Kepuasan Hidup*. Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sari, Indah Purnama. (2020). *Pengaruh Komunikasi Nctzen Indonesia Terhadap Perilaku Memilih Nct Dream (Survei Pada Followers Akun Twitter Nctconfess)*. Journal of Digital Education, Communication, and Arts (DECA). Vol. 3, No. 1.
- Supratman, Lucy Pujasari. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY. Vol. 15, No. 1.
- Wardhani, Putu A. Davis Aruphadattu Wisnu. (2013). *Kepuasan Remaja Surabaya dalam Menggunakan Blackberry Messenger*. Jurnal Ilmu Komunikasi AWS. Vol. 1, No. 2.
- Whiting, Anita dan Williams, David. (2013). *Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach*. Emerald Qualitative Market Research. Vol. 16, No. 4.
- Zukhrufillah, Irfani. (2018). *Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vo.1, No. 2.

Sumber lain:

- Soompi. (2020). *Twitter Reveals Most-Mentioned K-Pop Artists and Top Countries Tweeting About K-Pop Over The Past Year*. Sumber: <https://www.soompi.com/article/1426937wpp/twitter-reveals-most-mentioned-k-pop-artists-and-top-countries-tweeting-about-k-pop-over-the-past-year> (diakses pada 16 Oktober 2020 pukul 21.07 WIB).

- Soompi. (2019). *Twitter Best Fandom Award Goes To EXO And Twitter Rising Fandom Award Goes To NCT*. Sumber:

<https://www.soompi.com/article/1324627wpp/twitter-best-fandom-award-goes-to-and-twitter-rising-fandom-award-goes-to> (diakses pada 18 Oktober 2020 pukul 10.02 WIB).

SM Entertainment Group. (2020). *NCT Releases 2nd Album Pt.1 Album Sales Exceed 1,21 Million in Just One Week*. Sumber: <https://www.smentertainment.com/PressCenter/Details/5048> (diakses pada 25 Oktober 2020 pukul 15.05 WIB).

Duarte, Vernando. (2019). *Berapa Banyak Waktu yang Dhabiskan Rakyat Indonesia di Media Sosial?*. Sumber: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-49630216> (diakses pada 26 Juni 2021 pukul 15.12 WIB).

We Are Social. (2020). *Digital 2020: Global Digital Yearbook*. Sumber: <https://wearesocial.com/digital-2020> (diakses pada 26 Juni 2021 pukul 20.03 WIB).