

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azid, M. B. Bin, Mazalan, N. S., Munsif Wan Pa, W. A., Kamaruzaman, F. M., & Nazarudin, M. N. (2023). Intrinsic and Extrinsic Motivation in Sports. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 12(3), 261–265. <https://doi.org/10.6007/ijarped/v12-i3/18460>
- Absari, A. (2016). *Identitas sosial penggemar K-Pop: perbandingan antara penggemar k-pop yang tergabung dalam komunitas KFM dan penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas KFM*. 1–23.
- Adellia, A., & Abdillah, L. A. (2020). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Bukalapak Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Universitas Bina Darma Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Journal of Software Engineering Ampera*, 1(3), 144–159. <https://doi.org/10.51519/journalsea.v1i3.52>
- Adieb, M. R. A., Sugiharto, A., & Adhy, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Diponegoro). *Jurnal Masyarakat Informatika*, 15(1), 39–55. <https://doi.org/10.14710/jmasif.15.1.59737>
- Akbar, M., Sos, F. F. S., Si, M., Arie, H. A., Sos, S., & ... (2025). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Kedai Kopi Ading Balikpapan*. 2(1), 227–237. https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/10/01_format_artikel_ejournal

(10-21-19-09-40-33).pdf

Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24.

<https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>

Ananda, R. A. (2023). Motivasi dan Perilaku Penggemar Musik K-Pop di Purwokerto (Studi Fenomenologi Pada Santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira). *Jurnal Al-Balagh (Jurnal Dakwah Dan Komunikasi)*, 8(2), 1–14.

Andayani, I. A. (2018). *Profil celebrity worship remaja pengguna instagram di SMA seluruh Jakarta. 1996*. <https://isip.usni.ac.id/jurnal/5> Syafril Alam dan Ansgrasia Jenifer Nyarimun.pdf

Anggita, D. S., & Fitriani, Y. (2024). *GAMBARAN CELEBRITY WORSHIP PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR IDOL KPOP DI BEKASI*. 4(2), 0–6.

Anggraini, D. (2016). *Dinamika Pemujaan Idola (Idol Worship) Dalam Fandom JKT48*. 9.

Briliana, V., Wahid, N. A., & Fernando, Y. (2015). The effect of motivation, opportunity, ability and social identity towards customer-to-customer online know-how exchange. *Advanced Science Letters*, 21(4), 819–822.
<https://doi.org/10.1166/asl.2015.5887>

Farhan Daroini, N., & Ainia Aprilinda, K. (2023). Penggalangan Dana Fanbase: Sebuah Pendekatan Modern Bagi Pergerakan Sosial Oleh Pemuda. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 15(1), 1–7.

<https://doi.org/10.20885/khazanah.vol15.iss1.art3>

Fatima, S., Bhargava, V., & Yadav, A. (2021). Exploring media fandom in the social lives of young adults. *The International Journal of Indian Psychology*, 9(2), 476–485. <http://www.ijip.in>

Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. In *Banyumas : CV. Pena Persada*.

Handayani Fitri, Y. (2023). *Hubungan Antara Interaksi Parasosial dan Celebrity Worship Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Pada Penggemar K-Pop*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/60940>

Hapsari, K. I., & Putri, D. M. (2015). *Analisis Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop Dalam Sudut Pandang Generasi Z Pada Pembelian Tiket Konser Online Idol K-Pop*. 42–47.

Huete-Alcocer, N. (2017). A literature review of word of mouth and electronic word of mouth: Implications for consumer behavior. *Frontiers in Physiology*, 8(JUL), 1–4. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01256>

Ibad, S., Farisia, H., Aisyah, P. D., & Destinasari, B. F. (2022). Pemahaman Masyarakat Dalam Melakukan Upaya Preventif Penyebaran Covid-19 Melalui Rekonseptualisasi Nilai-Nilai Qada Dan Qadar. *Kanz Philosophia A Journal for Islamic Philosophy and Mysticism*, 8(2), 183–206. <https://doi.org/10.20871/kpjipm.v8i2.222>

Jamilah, Y. 2020. (2016). *HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA REMAJA*. 1–13.

Johansson, T., & Andreasson, J. (2017). The web of loneliness: A netnographic study of narratives of being alone in an online context. *Social Sciences*, 6(3).
<https://doi.org/10.3390/socsci6030101>

Kurniasari, D. (2020). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Studi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 12.

KURNIAWAN, N., & GABRIELLA, S. (2020). Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(01), 27–45.
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/251>

Luna, P., Guerrero, J., Rodrigo-Ruiz, D., Losada, L., & Cejudo, J. (2020). Social Competence and Peer Social Acceptance: Evaluating Effects of an Educational Intervention in Adolescents. *Frontiers in Psychology*, 11(June).
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01305>

Martínez-Bravo, M. C., Chalezquer, C. S., & Serrano-Puche, J. (2022). Dimensions of Digital Literacy in the 21st Century Competency Frameworks. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3).
<https://doi.org/10.3390/su14031867>

Meilani, Y. R. (2024). Fanatisme Penggemar Terhadap Attack of Titan. *Commsphere: Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(I), 122–131.

<https://doi.org/10.37631/commsphere.v2ii.1357>

- Milla, M. N. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Malow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), iii–iv. <https://doi.org/10.7454/jps.2022.11>
- Musnaini. (2016). *Pengaruh Personal Dan Interpersonal Motivations–Terhadap Niat Konsumen Non-Deceptive Pada Produk Merek Mewah Palsu Di Surabaya*. April, 1–23.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Oviregilda, R. (2024). Konsumsi Fandom dalam Pembentukan Identitas Sosial (Studi pada Penggemar atau Fandom NCTZEN Yogyakarta). *Αγαη*, 15(1), 37–48.
- 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. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Perdana, D. D. (2024). Komodifikasi “Konten Anak” dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 261–270. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.4863>
- Pradata, H. A. (2019). Sebuah Studi Psikologis Terhadap Proses Idolisasi Remaja Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop). *Insight : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 15(2), 341. <https://doi.org/10.32528/ins.v15i2.2995>

Pratama, A. C. (2023). Phenomenological study of teenagers wayang fans. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 18(2), 175–188.

<https://doi.org/10.20473/jsd.v18i2.2023.175-188>

Renata, J., & Anandya, D. (2012). *Impact of Motivation, Opportunity, and Ability to Customer Loyalty in Using Airline Online Ticket Facilities*. 2010–2012.

Riadityas, M., Irhandayaningsih, A., Koleksi, P., & Deqiko, B. (2016). *Motivasi Pengunjung dalam Pemanfaatan Koleksi Cafe Buku Deqiko*.

Rika Widianita, D. (2023). Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik dalam Mempengaruhi Kepuasan Kerja dan Dampaknya pada Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil kabupaten Muaro Jambi. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.

Riny, N. M. (2022). *Hubungan Antara Perilaku Celebrity Worship Dengan Compulsive Buying Penggemar K-Pop Dewasa Awal Di Yogyakarta*.

Sari, E. J. (2021). Pengaruh Brand Personality Terhadap Kepercayaan Merk Dan Daya Tarik Perusahaan Calon Pelamar Kerja Pada Shopee. *S1 Thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*, 1979, 1–23.

Sejati, A. N. A., Kusuma, R. S., Sos, S., & Kom, M. I. (2024). *Motivasi Penggemar Kpop Bergabung dalam Komunitas Weverse*. 1–24.

[https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/122467%0Ahttps://eprints.ums.ac.id/122467/12/naskah publikasi Azaria.pdf](https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/122467%0Ahttps://eprints.ums.ac.id/122467/12/naskah%20publikasi%20Azaria.pdf)

Siswoyo, A. O., Daranindra, K. C., & Abidin, Z. (2024). Relasi Parasosial pada

Perempuan Dewasa Awal Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Ilmiah*

Universitas Batanghari Jambi, 24(1), 198.

<https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4966>

Smith, E. E., & Storrs, H. (2023). Digital literacies, social media, and undergraduate learning: what do students think they need to know?

International Journal of Educational Technology in Higher Education,

20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00398-2>

Subakuh, A. R., & Febrieta, D. (2024). *Celebrity Worship dan Citra Tubuh pada Komunitas Penggemar K-Pop*. 4, 1321–1330.

Sutardi, A. A., Pradana, Y., Nugrahani, R. U., Komunikasi, F., & Telkom, U.

(2024). *IDENTITAS KOMUNIKASI PENGGEAR K-POP*. 13(2).

Suwartini, S. (2016). Teori Kepribadian Social Cognitive : Kajian Pemikiran

Albert Bandura. *Al-Tazkiah: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 5(1),

37–46.

Suzer, E., & Koc, M. (2024). Teachers' digital competency level according to

various variables: A study based on the European DigCompEdu framework

in a large Turkish city. *Education and Information Technologies*, 22057–

22083. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12711-1>

Syafranuddin, R. A. H., & Rahmanto, E. (2019). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan

Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) pada

Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kutai Timur. *INOBI: Jurnal*

Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(3), 412–418.

<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.100>

- TODING, M. S. (2021). Drama Korea (Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa FISIP UNHAS Terhadap Budaya Populer Korea). *Skripsi*.
- Ummah, M. S. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wage, Q., & Zeng, W. (2023). *The creative behavior of virtual idol fans: a psychological perspective based on MOA theory*. November 2023.
<https://doi.org/10.3389/Hak>
- Wardani, C. P. (2015). *Fungsi Komunitas K-Pop Sebagai Wadah Para Penggemarnya Studi Deskriptif Pada Komunitas Elf (Ever Lasting Friends) Surabaya Di Surabaya*. 1–24.
- Yu, L., Yu, J. J., & Tong, X. (2023). Social–Emotional Skills Correlate with Reading Ability among Typically Developing Readers: A Meta-Analysis. *Education Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/educsci13020220>
- Yulistikomah, E. (2022). *Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sumalindo Alam ...*. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/3661>

Zhang, Y. (2022). A Study on the Para-social InZhang, Y. (2022). A Study on the Para-social Interaction Between Idols and Fans in Virtual Applications. Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021), 631(Sdmc 2021). *Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)*, 631(Sdmc 2021), 1118–1124.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.205>

Zhao, Y., Liorente, A., & Gomez, M. (2020). *Digital Competence in higher education research: A systematic literature review*. January.