

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Amaliah, N. D. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi). (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZEN dalam Pembelian *Merchandise* NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHI3S)*, 1(9), 1011–1026.
- Aritenang, A. F., Drianda, R. P., Kesuma, M., & Ayu, N. (2024). *The Korean Wave During The Coronavirus Pandemic: An Analysis of Social Media Activities In Indonesia*. *World Leisure Journal*, 66(3), 346–362.
- Bok-Rae, Kim. 2015. *Past, Present, And Future Of Hallyu (Korean Wave)*. Andong National University
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Pearson Education.
- Cavicchi, D. (1998). *Tramps like us: Music and meaning among Springsteen fans*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Dewi, H. S., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Budaya Populer Fanatisme Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *IKRA-ITH Ekonomika Journal*, 8(2), 187–195.
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury Publishing.

- Fauziyah, S. A., & Nurhayati, S. R. (2023). Pengaruh Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar *Boyband NCT*. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 125–140.
- Feni, M. (2021). Mengungkap Dampak COVID-19 pada UMKM Sektor Kuliner (Studi Kasus: UMKM Kuliner di Wilayah Rawamangun). (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fuschillo, G. (2020). *Fans, fandoms, or fanaticism?* *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press
- Handoko, A., & Ali, M. (2021). Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola Terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi. *Jurnal Pion*, 1(1), 34–43.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Penerbit Pustaka Ilmu: Yogyakarta.
- Haryanto, G. C. (2019). Perbedaan Penggunaan Internet, Media Sosial, Dan Persepsi Pada Dunia Kerja Menurut Tahun Kelahiran Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). (Doctoral dissertation, UAJY).
- Hasbiansyah, O. J. M. J. K. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Inawati, E. (2023). HUBUNGAN TINGKAT FANATISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGGEAR KOREAN POP KOMUNITAS NCT FANS CLUB (NCTZEN) DI SEMARANG. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Indartoyo, I. M., Kim, D. W., Purwanto, B. M., Gunawan, A., Riantini, R. E., & Gea, D. (2020). *Netnography Analysis of Consumer Sentiment Towards Panic Buying In The Early Period of The COVID-19 Virus Spread. Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology*,

*ICIMTech 2020, August, 626–631.*

- Irbah, A. (2024). Fanatisme Penggemar Nadin Amizah (Analisis Isi Konten Pada Akun Tiktok @Cnadacc). *Commsphere: Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(I), 21–48. <https://doi.org/10.37631/commsphere.v2i1.1361>
- Janah, S. N. (2022). Dampak Penyalahgunaan Media Sosial Terhadap Moral Anak Di Dusun Bogo Bulu Semen Kediri Jawa Timur. (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Jenkins, H. (2014). *Fandom Studies as I See it*. JFS Intellect Limited Journal of Fandom Studies, 2(2), 89–109.
- Jonathan Gray, Cornel Sandvoss, and C. L. H. (2007). *Fandom Identities and Communities in a Mediated World*. New York University Press.
- Korean Culture and Information Service. (2011). *A New Pop Culture Phenomenon The Korean Wave*. Republic Of Korea: Ministry of Culture, Sports and Tourism
- Kurniawan, A. (2019). Pengaruh Fanatisme Dan Kontrol Diri Terhadap Agresi Verbal Pada Pendukung Calon Presiden Dan Wakil Presiden 2019 Di Kota Malang. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Littlejohn, Stephen W. (2002). *Theories of Human Communication*. 7th edition. Belmont USA: Thomson Learning Academic Resource Center.
- Moleong, L.J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukhtari, Z. (2022). PROGRAM DESA BERDIKARI DALAM MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN PANGAN BAGI MASYARAKAT DESA TANJUNGPURA (Studi Pada Masyarakat di Desa Tanjungpura Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya). (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Naila, S. A. (2022). “FENOMENA PERILAKU FANGIRLING MAHASISWI

- PENGGEMAR K-POP DISAAT PANDEMI” (Fangirling Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMS Selama Masa Pandemi). (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion, Our Social Skin*. University of Chicago Press.
- Noviani, A. (2023). Fanatisme penggemar K-pop (Studi Atas Perilaku Konsumtif pada NCTzen di Kota Bogor). (Bachelor’s thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Olivia, M. (2022). Pemanfaatan Instagram @Dkksemarang Sebagai Media Komunikasi Bencana Dalam Penanganan Covid-19 Di Kota Semarang (Maret - Desember 2020). (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Patton, N.Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park: Sage Publication
- Rezeki, S. R. I., Restiviani, Y., & Zahara, R. (2020). PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TWITTER DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 4(2).
- Rizkina, N. Q., & Hasan, F. N. (2023). Analisis Sentimen Komentar Netizen Terhadap Pembubaran Konser NCT 127 Menggunakan Metode Naive Bayes. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1136–1144. 3
- Rizky, M. Y. (2020). *PERAN AUDIT INTERNAL YANG EFEKTIF DALAM MENCEGAH KECURANGAN TERHADAP LAPORAN KEUANGAN PADA PT. BONNE INDO TEKNIK*. (Doctoral dissertation, SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA).
- Saldy, G. F., Muhtar, S. M., & Hamna, D. M. (2023). Studi Netnografi Tanggapan NCTZEN Di X (Twitter) Mengenai Manajemen Krisis Dyandra Glonal Edutainment. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 25–34.

- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology of the Social World*. Northwestern University Press.
- Schwandt, T. A. (2000). Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretivism, hermeneutics, and social constructionism. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 189–213). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Shaw, A. (2020). *Netnography and A Summative Content Analysis Approach to Market Research*. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), 12–22.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suparno, S., & Asmawati, L. (2019). Monitoring dan Evaluasi Untuk Peningkatan Layanan Akademik dan Kinerja Dosen Program Studi Teknologi Pembelajaran Pascasarjana. *JTPPm (Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran): Edutech and Intructional Research Journal*, 6(1).
- Supranto, J. (2000). *Statistik: Teori dan Aplikasi Jilid 1* (Edisi keenam). Jakarta: Erlangga.
- Tajfel, H. (1979). *Individuals and groups in social psychology*. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18(2), 183–190.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal psikologi dan masyarakat*, 4, 5-13.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme Fans Kpop Dalam Blog Netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190–205.
- Tim O'Reilly dan Sarah Milstein. 2009. *The Twitter Book 2nd Edition*, USA: O'Reilly Media, Inc
- Turner, J. C., & Tajfel, H. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior*. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7–24). Nelson-Hall.

- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches Into The Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom* (Vol. 2). J. Murray.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJournal Sosiologi*, 1 (4) 2013 26-36.
- Wahyudin, H. (2019). *Implementasi Manajemen Risiko dalam Penentuan Objek Audit Kepabeanan dan Cukai* (Studi Pada Direktorat Audit Kepabeanan dan Cukai, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Kementerian Keuangan). (Doctoral dissertation, SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA).
- Widyaputri, C. I. (2020). *Konflik Intrapersonal Pada Wanita Jawa Yang Menjalani Long Distance Relationship*. (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang).
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI