

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S. N., & Sugandi, M. S. (2023a). Uses & Gratifications Pada Kolektor Photocard K-Pop Dalam Pemanfaatan Media Sosial Twitter (Survei pada Followers akun @lapakdeobi). *Juni*, 10(3), 1717–1724.
- Adriani, S. N., & Sugandi, M. S. (2023b). Uses & Gratifications Pada Kolektor Photocard K-Pop Dalam Pemanfaatan Media Sosial Twitter (Survei pada Followers akun @lapakdeobi). *Juni*, 10(3).
- Afifah, N., & Maryani, A. (2020). The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to FulFillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2).  
<https://doi.org/10.29313/.v6i2.22987>
- Alifah, N. N. (2022, September 22). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia. Diambil 2 Desember 2023, dari GoodStats website: <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Annur, C. M. (2023a, Mei 30). Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia. Diambil 26 Desember 2023, dari Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Annur, C. M. (2023b, November 1). Jumlah Pengguna Twitter Indonesia Duduki Peringkat ke-4 Dunia per Juli 2023. Diambil 12 Januari 2024, dari [databoks](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/01/jumlah-pengguna-twitter-indonesia-duduki-peringkat-ke-4-dunia-per-juli-2023) website:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/01/jumlah-pengguna-twitter-indonesia-duduki-peringkat-ke-4-dunia-per-juli-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,seluruh%20dunia%20per%20Juli%202023>.

Ardianto, E., Komala, L., & Karlinar, S. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Revisi; R. K. Soenendar, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Arifin, F. (2022). Aplikasi Teori Uses and Gratifications pada Media Sosial Instagram di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(Vol. 7 No. 2 (2022): Spesial Issue Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6190>

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (5 ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

Burhanuddin. (2015). Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers. *Jom FISIP*, 2(2), 1–15. Diambil dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5862>

Djafar, D. M. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Telkom, Bandung.

Edwards, A. L. (1957). *Techniques of Attitude Scale Construction*. New York: Irvington Publishers, Inc.

- Flew, T., & Smith, R. (2014). *New Media An Introduction*. Canada: Oxford University Press.
- Florensia, K. (2022). *Fetisisme Komoditas Penggemar Budaya Populer Korean Pop (K-Pop): Studi Kasus Tren Koleksi Photocard Pada Kelompok CARATs di Group Order (GO)*. Jakarta.
- Gil, P. (2023). What Is X (Formerly Twitter)? Diambil 4 Desember 2023, dari Lifewife website: <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331#toc-why-x-is-so-popular>
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear Tutorial SPSS Lengkap*. Sukabumi: Skripsi Bisa.
- Hadi, I. P., Wahjudiamata, M., & Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa* (N. F. Hariyanto, Ed.). Pasuruan: CV. Qiara Media. Diambil dari <https://repository.petra.ac.id/19098/>
- Haerunisa, Z. (2023, Oktober 20). 17 Idol K - Pop Ini Punya Koleksi Photocard, Gak Mau Kalah dari Fans!
- Hetler, A. (2023, Juni). Definition Twitter. Diambil 13 Januari 2024, dari TechTarget website: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Twitter>
- Hidayattullah, S. (2020, Mei 26). Memahami Jenis - Jenis Media Sosial. Diambil 8 Januari 2024, dari Marketing Craft website: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>

- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Medium Universitas Islam Riau*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (t.t.). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diambil 4 Januari 2024, dari <https://kbbi.web.id/sosial>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Kesehatan. (2024). Kelompok Usia. Diambil 15 April 2024, dari Kementerian Kesehatan website: <https://ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia/bayi-dan-balita>
- Khairunnisa. (2021, Juni 23). Mengenal Autbase, Sesuatu yang Membuat Twitter Jadi Semakin Seru! Diambil 3 Mei 2024, dari Kompasiana website: <https://www.kompasiana.com/khairunnisa0021/60d2b8f437f4b94aea26d682/mengenal-autobase-sesuatu-yang-membuat-twitteran-jadi-semakin-seru#:~:text=Apa%20itu%20Autobase%3F%20Autobase%20adalah%20sebuah%20akun%20yang,%28Direct%20Message%29%20dengan%20tagar%20atau%20kata%20kunci%20tertentu.>

- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). The Correlation Between Instagram Social Media Usage and Competency of Media Literacy at UPT National Institute of Technology Library. *Edulib Universitas Pendidikan Indonesia*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208.g6943>
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Maktabatun : Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2(1), 26–30. Diambil dari <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/download/4989/2149>
- Langit, A. (2021, Juli 8). Menjadi Fenomena Budaya Pop di Indonesia, Ini yang Dimaksud dengan Fangirling. Diambil 4 Desember 2023, dari parapuan website: <https://www.parapuan.co/read/532778465/menjadi-fenomena-budaya-pop-di-indonesia-iniyang-dimaksud-dengan-fangirling>.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a Critical Introduction, Second Edition*. United Kingdom: Routledge. Diambil dari [www.newmediaintro.com](http://www.newmediaintro.com)
- Luik, J. (2023). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: KENCANA.
- Mahardhita, A. P. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Skincare @ohmybeautybank*. Universitas Pembangunan Jaya, Jakarta.

- Maisarah, F., Abidin, Z., & Santoso Made Panji Teguh. (2021). Konstruksi Makna Kolektor Photocard (Studi Fenomenologi Mengenai Makna, Motif, dan Pengalaman Komunikasi Kolektor Photocard K-Pop). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 503–512. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.4247>
- Majduddin, M. S. (2017). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka (Studi Deskriptif mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Di Perpustakaan Univeristas Airlangga Surabaya)*. Universitas Airlangga Surabaya, Surabaya.
- Marhadhita, A. P. (2022). *Pengaruh Penggunaan Medsos Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Skincare @ohmybeautybank (Universitas Pembangunan Jaya)*. Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang. Diambil dari <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3094/>
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Mutmainah, A. (2023, Juli 24). Apa Saja yang Ada di Twitter? Mengenal Fitur Utama dan Fungsinya. Diambil 13 Januari 2024, dari Konteks.co.id website: [https://www.konteks.co.id/digital/152628/apa-saja-yang-ada-di-twitter-mengenal-fitur-utama-dan-fungsinya/#google\\_vignette](https://www.konteks.co.id/digital/152628/apa-saja-yang-ada-di-twitter-mengenal-fitur-utama-dan-fungsinya/#google_vignette)
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nur, E. (2021). Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1). Diambil dari <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/download/4198/156>
- 1
- Nurfadhila, M. R. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Infounpas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan*. Universitas Pasundan, Bandung.
- Nuryani, N., & Wasisto, J. (2016). Analisis Kebutuhan Informasi Pengguna Terhadap Ketersediaan Manuskrip di Museum Ranggawarsita Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(2), 271–280. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/209312/analisis-kebutuhan-informasi-pengguna-terhadap-ketersediaan-manuskrip-di-museum#cite>
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Lumajang: Widya Gama Press.
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*, 1. Diambil dari <https://proceeding.dharmawangsa.ac.id/index.php/PFISIP/article/view/95/109>
- Priadana Sidik, & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Puspita, L. G. (2022). Sedang Tren! Fenomena Korean Wave Atau Hallyu Di Indonesia. Diambil 2 Desember 2023, dari vocasia website: <https://vocasia.id/blog/apa-itu-korean-wave/>
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcoldametro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 4(1), 21–28. Diambil dari [https://www.researchgate.net/publication/345161571\\_PEMANFAATAN\\_TWITTER\\_TMCPOLDAMETRO\\_DALAM\\_MEMENUHI\\_KEBUT\\_UHAN\\_INFORMASI\\_PARA\\_PENGGUNA\\_JALAN\\_RAYA](https://www.researchgate.net/publication/345161571_PEMANFAATAN_TWITTER_TMCPOLDAMETRO_DALAM_MEMENUHI_KEBUT_UHAN_INFORMASI_PARA_PENGGUNA_JALAN_RAYA)
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *JISIP*, 6(1), 2382–2395. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2849/http>
- Reihan, E. (2021, Desember). Fenomena Koleksi Photocard sebagai Budaya Konsumtif KPop Stan. Diambil 4 Desember 2023, dari mijil.id website: <https://mijil.id/t/fenomena-koleksi-photocard-sebagai-budaya-konsumtif-kpop-stan/4158>
- Rodin, R. (2020). *Informasi dalam Konteks Sosial Budaya* (S. Nurachma, Ed.). Depok: RajaGrafindo Persada.
- Sandra, A. (2021, Agustus 1). 7 Fakta “Kertas Ganteng” di Kalangan Fans K-Pop, Harganya Bisa Jutaan. Diambil 2 Mei 2024, dari IDN Times



website: <https://www.idntimes.com/korea/kpop/alika-sandra-1/7-fakta-kertas-ganteng-di-kalangan-fans-kpop-harganya-bisa-jutaan>

Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis (Sarwono). *Jurnal Ilmiah Manajemen BIsinis*, 11(2), 285–296. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/98454-ID-mengenal-path-analysis-sejarah-pengertia.pdf>

Shim, S. (2023, Desember 19). K-pop hits 100 million copies in annual album sales milestone in 2023. Diambil 22 Januari 2024, dari Yonhap News Agency website: <https://en.yna.co.kr/view/AEN20231219002600315?section=culture/k-pop>

Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Revisi; N. F. Atif, Ed.). Bandung: PT Refika Aditama.

Sinaga, K., Junaidi, Saragi, S., & Ulfa Batoebara, M. (2019). Pelatihan Meminimalisir Efek Hoaks Media Sosial di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Kab. Langkat-Sumut. Dalam *Universitas Dharmawangsa* (Vol. 2). Medan. Diambil dari <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/download/444/435>

Solis, B. (2011). *Engage The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto, Ed.). Bandung: Alfabeta .
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi: dengan Pendekatan Kuantitatif* (P. Latidah, Ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Turner, J. (2024, Januari 16). The First K-Pop Group Ever To Have Official Photocards. Diambil 2 Mei 2024, dari Koreaboo website: <https://www.koreaboo.com/stories/first-kpop-group-photocards-snsd-girls-generation-oh/>
- Utami, A. H. (2021). Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentik Media dalam Interaksi Keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, *11*(1), 8–18.
- We Are Social. (2023). Diambil 1 Desember 2023, dari We Are Social website: <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>
- Wikipedia. (2023). Twitter. Diambil 20 Desember 2023, dari Wikipedia website: <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- Yudiatmaja, F. (2017). *Analisis Jalur: Perhitungan Manual dan Aplikasi KOMputer Statistik* (1 ed.). Depok: PT. RajaGrafindo.

Yusuf, P. M. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (1 ed.).

Jakarta: Bumi Aksara.