

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Adhelia, M. (2023). *Hubungan Perilaku FOMO dengan Ludesnya Tiket Konser Secara Cepat*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/marshelyadhelia1981/64742cbb8221996fd47af452/hubungan-perilaku-fomo-dengan-ludesnya-tiket-konser-secara-cepat>
- Adieb, M. (2023). *7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu*. Glints. <https://glints.com/id/loowngan/tipe-media-sosial/#.ZF5NYKSySPA>
- Aditya, I. (2023). *Fanatisme BTS dalam Angka*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/fanatisme-bts-dalam-angka-6liDo>
- Agatha, T., & Utami, L. S. S. (2023). Perilaku Solidaritas Penggemar ARMY (Studi Kasus BTS Meal). *Koneksi*, 7(1), 143–152. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/21316>
- Ahmadrswan, N. (2020). *Pengujian Hipotesis*. Badan Pusat Statistik.
- Alpisah Rina Savitri, Mohammad Ali Wafa, S. S. (2021). Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi Content Analisis Penggemar K-Pop Pada Komunitas ONCE Kalimantan Selatan). *Sospol*, 1.
- Anugrah Sari, Ikhwan, M Said, & Gusnawaty Gusnawaty. (2022). Tindak Tutur Presiden Jokowi yang Terpilih pada Media Sosial Twitter. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 8(1), 256–269. <https://doi.org/10.30605/onoma.v8i1.1718>
- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiaty. Karlinah, S. (2019). *Komunikasi Massa* (R. Karyanti (ed.); ketujuh). Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245–258. <https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>
- Awalia, R., & Rifandi, A. (2022). Peranan Regulasi Diri Terhadap Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi MANDALA*, 6(2), 85–100.
- Buana, G. (2023). *Tiket Konser Suga BTS D-1 Habis Kurang Dari 10 Menit*. Mediaindonesia.Com. <https://m.mediaindonesia.com/hiburan/568824/tiket-konser-suga-bts-d-1-habis-kurang-dari-10-menit>
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo.
- Cahyadi, A. (2021). Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa. *Widya Warta*, 2, 146–154.

- Census, A. (2022). *BTS ARMY CENSUS*. Btsarmycensus.Com. <https://www.btsarmycensus.com/2022-results>
- CNN. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Pope terbesar di Twitter*. CNNIndonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/202012620208-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-tersebsar-di-twitter>
- Creswell, J. W. (2017). *Reasearch Design: Qualitative, Quantittative, and Miixed Methods Approaces*. SAGE Publications.
- Deborah, T., Anggraeni, D., Sawah, J. S., Selatan, J., & Abstrak, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo). *Jurnal Publish*, 92(2), 70–175.
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita/article/view/3782>
- Ferbita, L. V., Yusup, P. M., & Hafiar, H. (2022). Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Twitter @lipiindonesia sebagai Media Komunikasi Hasil Riset. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 5(2), 156–172. <https://doi.org/10.32534/jike.v5i2.2599>
- Geti. (2022). *Konser Adalah Aktivitas Asyik dengan Berjuta Manfaat*. Geti,Id. <https://geti.id/konser-adalah-aktivitas-asyik-dengan-berjuta-manfaat/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivaraita dengan Program IBM SPSS 25 Edisi ke-9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.2>
- Greace, A., Pasaribu, R., Al, F., & Ihsan, L. (2022). Hubungan Penggunaan Twitter Secara Pasif dengan Fear of Missing Out ( FoMO ). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 308–318.
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7, No.1, 346–356. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27198>
- Hidayatullah, R. (2019). Komunikasi Musikal dalam Konser “ Musik Untuk Republik .” *Tonika: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Seni*, 4(2), 145–160. <https://doi.org/10.37368/tonika.v4i2.254>
- Indrawati, R., & Nuswantoro, E. (2021). Intensitas Penggunaan MEDIA Sosial Instagram Serta Pengaruhnya Terhadap Subjective Well-Being Siswa. *Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Semarang*, 8.

- Ivan, F. (2021). *Analisis Data Kuantitatif dengan program IBM SPSS Statistic*. Deepublish.
- Kamaruddin, N. F. (2022). Fenomena Media Sosial Terhadap Minat Belajar Siswa Sekolah di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 8, No 2, 39–54. <https://doi.org/10.30863/ajdsk.v8i2.3893>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/report/digital-2023-indonesia>
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>
- Khasanah, U. (2021). *Analisis Regresi* (B. Asyhari (ed.)). UAD Press.
- Khoiriah, I., & Fatonah, S. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Gawai, Interaksi Sosial Dan Hasil Belajar Siswa Masa Pandemi. *MUBTADI: Jurnal Pendidikan Ibtidaiyah*, 4(1), 33–49. <https://doi.org/10.19105/mubtadi.v4i1.6262>
- Komala, K., Rafiyah, I., & Witdiawati. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa fakultas keperawatan. *Journal of Nursing Care*, 5(1), 1–11.
- Komariah, K., Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) Pada Remaja. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3463–3471.
- Kumpanan. (2023). *Pengertian Fanbase dan Perbedaannya dengan Fandom dan Fansclub*. Kumpanan.Com. <https://kumpanan.com/ragam-info/pengertian-fanbase-dan-perbedaannya-dengan-fandom-dan-fansclub-20enK91qMVG>
- Kurniawan, A. F. K., Wijayanto, & Manar, G. D. (2022). Analisis Etnografi Virtual: Aktivisme Fans K-Pop di Media Sosial Dalam Kasus Omnibus Law. *Journal of Politic and Goverment Studies*, 11(4), 118–128.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Salemba Humanika.
- Nafisa, S. (2021). *Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikais, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Neumann, D., Huddleston, P. T., & Behe, B. K. (2023). Fear of Missing Out as motivation to process information: How differences in Instagram use affect attitude formation online. *New Media and Society*, 25(1), 220–242. <https://doi.org/10.1177/14614448211011834>

- Nikoalus, D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Ningdyah, S. A. (2023). *Survei: Penggemar BTS Dinobatkan Sebagai Fans Paling Loyal*. Mainmain.Id. <https://www.mainmain.id/r/24244/survei-penggemar-bts-dinobatkan-sebagai-fans-paling-loyal>
- Nurizal, Z. F. (2023). *Festival Musik Diproyeksikan Tumbuh Dua Kali Lipat pada 2023*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/05/imbaspencabutanppkm-festival-musik-diproyeksikan-tumbuh-dua-kali-lipat>
- Oktaviani, K., Soekardi, K. Y., Ruliana, P., Prianto, G. F., & Komunikasi, P. I. (2021). Pengaruh Terpaan Media Instagram @ Lightologyindonesia terhadap Intensi Membeli. *Hubungan Masyarakat*, 7, No.1, 303–311. <https://doi.org/10.29313/v7i1.27187>
- Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar ( Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS ). *Koneksi*, 2, No.2, 393–400.
- Pasaribu, B. M., Winoto, Y., Lies, U., & Khadijah, S. (2022). *Twitter Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar Musik Korea di Indonesia*. 10(02), 7–15. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/index>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Issue 1). Zifatama.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahma, A. (2022). *Twitter Sosial Media yang Sangat Menarik*. Kompasiana.Com.
- Rahmawati, I., & Halimah, L. (2021). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan adiksi media sosial pada penggemar selebriti Korea. *Prosiding Psikologi*, 7(1), 52–57.
- Rahmiasri, M. (2018). *K-Popedia: 5 Istilah Unik dalam Konser K-Pop*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparank-pop/k-popedia-5-istilah-unik-dalam-konser-k-pop-1544610482119467693>
- Rakhmad, J. (2012). *Psikologi Komunikasi* (26th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhya, I. F., & Sibaroni, Y. (2022). Analisis Trending Topik Twitter dengan Fitur Ekspansi FastText Menggunakan Metode Logistic Regression. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i1.3791>
- Sadya, S. (2023). *Indonesia Masuk Negara Paling Banyak Main Twitter pada Awal 2023*. DataIndonesia.Id.

- Sangdah, N., & Widyarto, W. G. (2023). Hubungan Loneliness Dengan Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) Pada Siswa SMA Negeri 1 Tulungagung. *Conseils: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 03(01), 32–41.
- Satinputra, A., Akhmad Kencana, N., Ekaputra, L., & Leonardo, Y. (2021). Ketergantungan Media Sosial dan Efeknya pada Perilaku Masyarakat terhadap Iklan Instagram. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 4(1), 37–48. <https://doi.org/10.21632/perwira.4.1.37-48>
- Satria, R., Suharyono, S., & Alfisyahr, R. (2017). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia yang menggunakan sepatu merek Vans). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(2), 210–216.
- Setiawan Akbar, Rizki. Aulya, Audry. Apsari, Adra. Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, Vol 7, No(2), 38–47. <https://core.ac.uk/download/pdf/268076032.pdf>
- Siregar. (2018). *Statiska Deskriptif untuk Penelitian*. PT Raja Grafindo.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, VI, 10–23.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Surya. (2023). *Apa Arti Fanchant Istilah Viral di Tiktok? Populer di Kalangan Fans K-Pop, Bikin Konser Makin Meriah*. Trends.Tribunnews.Com. <https://trends.tribunnews.com/amp/2023/03/13/apa-arti-fanchant-istilah-viral-di-tiktok-populer-di-kalangan-fans-k-pop-konser-makin-meriah>
- Talue, M. S. T. ., Tulung, L. E., & Lotulung, L. J. H. (2022). Komunikasi Antar Penggemar Boyband BTS Pada Akun @BTS\_twt (Suatu Studi Netnografi). *Acta Diurna Komunikasi*, 4(2).
- Tanisha, S., & Yuliati, A. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Fansclub A . R . M . Y Menonton Konser BTS The Wings Tour In Jakarta. *Indonesia Membangun*, 17(2), 114–128.
- Tifani. (2022). *Dukungan BTS ARMY Indonesia untuk Korban Satdion Kanjuruhan*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/regional/read/5089051/dukungan-bts-army-indonesia-untuk-korban-tragedi-stadion-kanjuruhan>
- Tresnawati, F. R. (2017). Hubungan Antara the Big Five Personality Traits Dengan Fear of Missing Out About Social Media Pada Mahasiswa. *Intuisi : Jurnal*

*Psikologi Ilmiah*, 8(3), 179–185.

- Ulfah Hernaeny, M. P. (2021). *Populasi dan Sampel. Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia.
- Umami, M. (2021). Hubungan Intesitas Penggunaan Media Sosial dan Self Awarnes Pada Remaja Lombok Timur. In *Frontiers in Neuroscience* (Vol. 14, Issue 1). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linear Sederhana*. Universitas Udayana.
- Yuliyanti, N. L., & Tagor, R. A. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung. *Syntax Literac: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10). <https://doi.org/10.4324/9780429263965-7>
- Yuniar, N. (2023). *Prediksi Tren “Healing” Tahun 2023, Nonton Konser Salah Satunya*. Antaranews.Com. <https://m.antaranews.com/berita/3336516/prediksi-tren-healing-tahun-2023-nonton-konser-salah-satunya>
- Yuniasti, K. R., & Kusumastuti, F. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter @ ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS ( ARMY ) Utilization of @ ARMYTEAMIID Twitter Account as Communication Media Among BTS Fans ( ARMY ). *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 198–216. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.168>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantittatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.
- Zaskya, M., Boham, A., & Lotulung, L. J. H. (2021). Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(1), 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31979/30381>