

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, N. A. (2022). PROSES PRODUKSI KONTEN KREATOR MUSIC COVER DI YOUTUBE. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).
- Aprilia, D. & H. (2013). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi*.
- Azzahrawani, S. A. (2022). ANALISIS SELF DISCLOSURE PADA PENGGUNAAN CYBER ACCOUNT DI TWITTER (STUDI KASUS FOLLOWERS AKUN @CONVOMF).
- Darmesta, Basu S dan Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE
- Dr. Humaizi, M. . (2018). Uses and Gratifications Theory. Engaging Theories in Family Communication, 337–348. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Farid, Muhammad, Alimuddin Unde dan Nosakros Arya. (2019). The Use of Social Media as Learning Media among High School Student: A case study of Pangkajene and Islands. Makassar: HICOSPOS
- Hendri, Ma'ruf, 2006, *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (2011). Uses and Gratifications Research. *Public opinion quarterly*, 120-149.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Mutia, Ratul Aini (2018) Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Diploma thesis, Universitas Andalas.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.

- Puspitasari, Wulan & Hermawan, Y. (2011). Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta.
- Sindy Arti Wulandari, et al. (2018). Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung.
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi: Alfabeta.
- Syafa, Kamiliya Rohadatus (2022) GAYA HIDUP KOLEKTOR PHOTOCARD PENGGEMAR SEVENTEEN (CARAT). Diploma thesis, Universitas Nasional.
- Tanliana, D., & Utami, L. S. S. (2022). Perilaku Konsumtif Penggemar Korean Wave di Twitter (Studi Tentang Fenomena Koleksi Photocard K-Pop).
- Thohiroh, Anisa Qodaril and , Susatyo Yuwono ,S. Psi, M. Si. (2015) Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wahyudi Akhmaliah Muhammad. (2013). FENOMENA HALLYU (GELOMBANG KOREAN-POP/ K-POP) DAN DAMPAKNYA DI INDONESIA. Ilmu Komunikasi, 1.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 7(2), 243. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Yulianti, I. N. (2021). Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2018-2020 UIN SMH Banten (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata

Nama : Luthfia Febrisha Adiputri
NIM : E021181511
Tempat / Tanggal Lahir Alamat : Makassar, 22 Februari 2000
Alamat : Kompleks Anggrek Bulan blok AM14/8
Makassar

Riwayat Pendidikan:

1. TK Minasa Upa Makassar
2. SD Inpres Minasa Upa Makassar
3. SMP Islam Athirah 1 Makassar
4. SMA Islam Athirah 1 Makassar
5. Universitas Hasanuddin Makassar

Lampiran 2 Pedoman Wawancara Penelitian

Pedoman Wawancara Penelitian

Karakteristik informan:

1. Nama akun:
2. Jenis kelamin:
3. Umur:

A. Profil informan

1. Sejak kapan anda mengenal *K-Pop*?
2. Apa yang membuat anda tertarik sehingga menjadi penggemar *K-Pop*?
3. Apa saja hal yang menarik dari *K-Pop*?
4. Media sosial apa yang paling sering anda kunjungi untuk melihat informasi mengenai idola *K-Pop*?

B. Perilaku konsumtif kolektor photocard *K-Pop* di *Twitter*

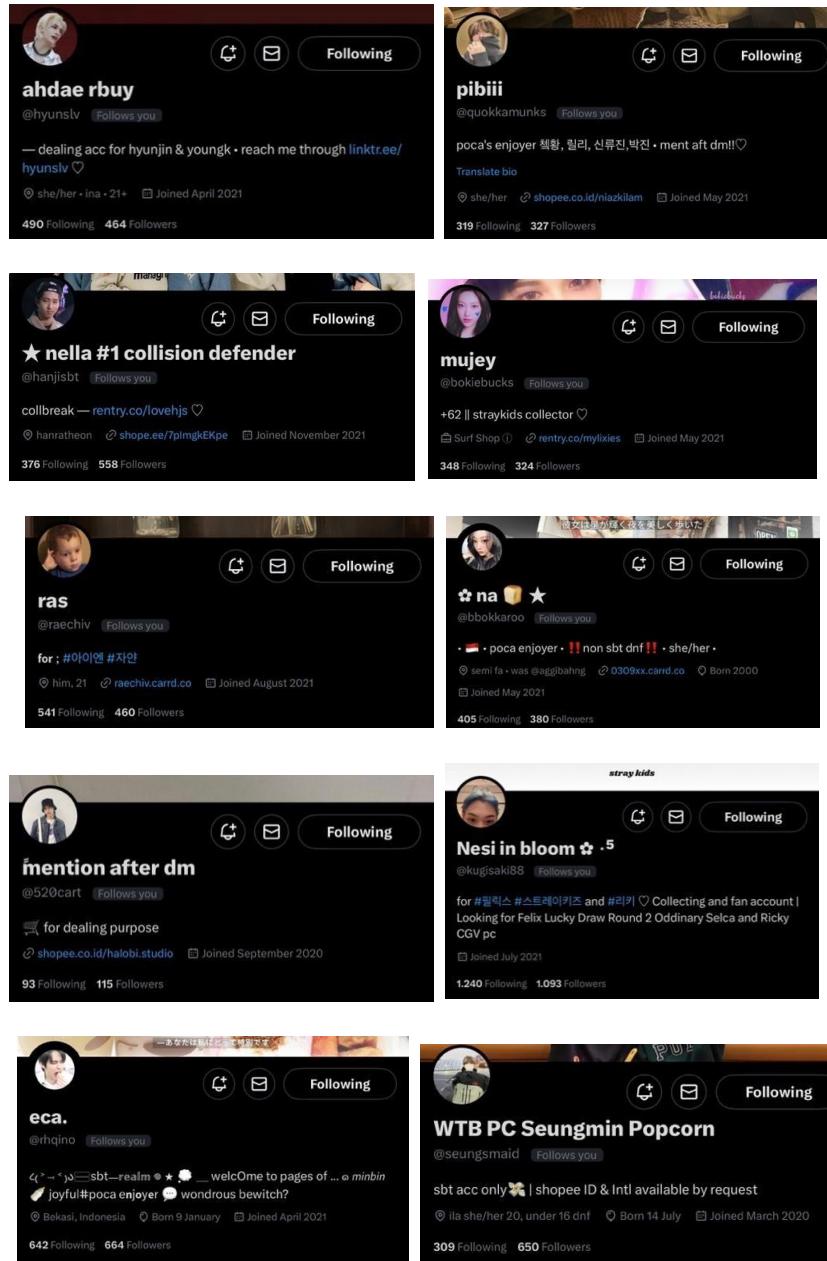
1. Jika anda memilih *Twitter*, apa alasan anda memilih *Twitter* sebagai saluran informasi dari idola anda?
2. Apa saja kegiatan yang anda lakukan berkaitan dengan kegemaran anda terhadap *K-Pop* di *Twitter*?
3. Apakah anda pernah berpartisipasi dalam kegiatan jual beli *photocard* di *Twitter*? Jika ya, ceritakan!

C. Perilaku konsumtif kolektor *photocard* K-Pop di Twitter

1. Apa yang menyebabkan anda suka berbelanja *photocard*?
2. Seberapa seringkah anda membeli *photocard*?
3. Seberapa banyak pengeluaran yang dikeluarkan untuk membeli *photocard* dalam kurun waktu 1 tahun terakhir?
4. Apa perubahan gaya hidup yang dapat anda rasakan setelah mengoleksi *photocard*?
5. Seberapa pentingkah membeli *photocard* bagi anda?
6. Apakah dengan anda membeli *photocard* membuat anda merasa senang?
7. Apa sajakah dampak positif dan negatif dari mengoleksi *photocard*?
8. Bagaimana anda mengelola keuangan untuk membeli *photocard*? Apakah ada anggaran khusus?
9. Apakah anda merasa tergoda untuk beli *photocard* hanya karena pengaruh teman atau komunitas di *Twitter*?
10. Apakah anda pernah mengalami rasa kecanduan/kesulitan mengontrol keinginan membeli *photocard*?
11. Apakah ada faktor atau standar tertentu untuk menentukan *photocard* yang anda beli untuk dikoleksi?
12. Bagaimana anda menyimpan koleksi *photocard* anda?

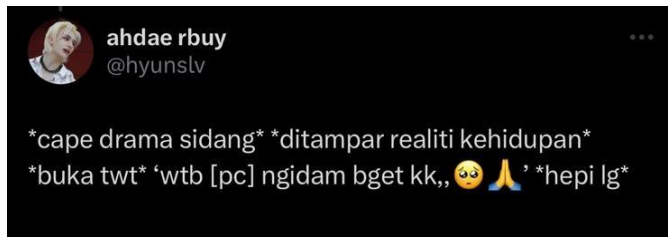
Lampiran 3 Dokumentasi

A. Dokumentasi Profil *Twitter* Informan

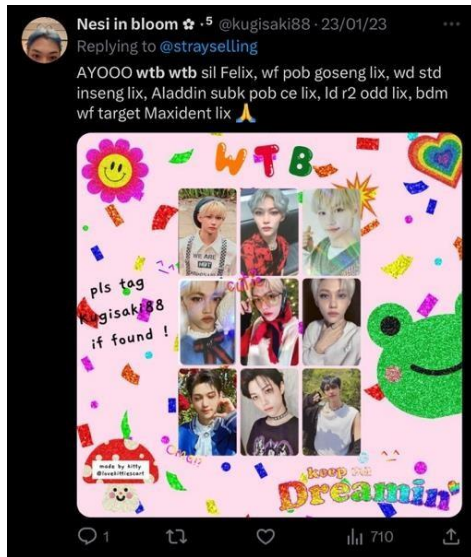


Sumber: twitter.com

B. Contoh Perilaku Konsumtif Informan



Sumber: twitter.com



C. Contoh koleksi *photocard* K-Pop informan

