

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Anselm Strauss, J. C. (2016). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2015). *Penelitian kuantitatif : Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harsuki, M. A. (2015). *Pengantar Manajemen Olahraga*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Komarudin. (2015). *Psikologi Olahraga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Patilima, H. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Elfabeta.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- West, R., & Turner, H. L. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

### Jurnal :

- Clairine, F., & Widayatmoko. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @sisilism Terhadap Kepuasan Followers Terkait Sex Education . *Koneksi*, 228-235.
- Humas Kementrian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI.
- Lestari, W. A. (2022). Motif dan Kepuasan Khalayak Penggemar Budaya Korean Pop (Kpop) dalam Penggunaan Media Online Coppamagz.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja . *Journal Communication* , 51-62.
- Qudratullah. (2016). Peran dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh Edisi Desember 41*, 41-46.
- Saputra, I. A., & Widagda K, I. J. (2020). Brand Image, Product Knowledge, Dan Electronic Word of Mouth Berpengaruh Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 1129-1148.

Susanto, E. H. (2014). Perlunya Kajian Komunikasi dalam Olahraga. *Sport, Komunikasi, dan Audiens*.

Widaningsih, T. T., Santoso, B., & Fahmi, H. A. (2021). Representasi Nasionalisme sebagai Personal Branding Suporter Bulutangkis Haryanto di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 42.

Widjaja, V. T. (2019). Pengaruh Perubahan Brand Attributes CLS Knights Indonesia terhadap Citra Klub CLS Knights Indonesia pada Followers Akun Fans Basket 'Knights Society' di Instagram.

**Website :**

Annur, C. M. (2022, Desember 8). *databooks.id*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/survei-ipsos-indonesia-punya-penggemar-sepak-bola-terbesar-di-dunia>

Bayu, D., & Rizaty, M. A. (2023, September 8). *dataindonesia.id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>

Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

IBL Indonesia. (2021, Juni 26). *iblindonesia.com*. Retrieved from <https://iblindonesia.com/profile/ibl>