

## DAFTAR PUSTAKA

- Rusdi, F., & Nathania. (2018). Studi Kesenjangan Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @tmcpoldametro di Instagram. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*, 486-492.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Center, K. D. (2021, Januari 20). *Survei KIC: Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi di Media Sosial*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/06577b0d-cc83-41e2-b104-fe4125385cc3>
- Cat, N. (2021). *Instagram User In Indonesia*. Retrieved from Napoleoncat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/05>
- Susanti, L. P. (2011). PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN AUDIENS ANTARA MEDIA CETAK DAN MEDIA ONLINE . *PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*.
- Alexa. (2022, febuari 8). *Liputan6.com Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic*. Retrieved from Alexa.com: <https://www.alexa.com/siteinfo/liputan6.com>
- Blumler, J., & Katz, E. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual, "The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- West, & Turner. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Chen, S., & Lin, C. (2019). Understanding The Effect Of Social Media Marketing Activities: The Meditation Of Social Identification, Perceived Value and Satisfaction. *Techological Forecasting and Social Change*, 22-32.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Karelina, R., & Nurfebriaraning, S. (2020). Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram @smbtelkom. 131-141.
- Kanwar, P., & Varinder, T. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.
- Lariscy, R., Tinkham, S., & Sweetser, K. (2011). Kids these days: Examining differences in political uses and gratifications, internet political participation, political information efficacy, and cynicism on the basis of age. *American Behavioral Scientist*, 749-764.
- Griffin, E. (2018). A first look at communication theory.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An Internasional Journal*, 362-369.
- Mazzarolo, A., & Felipe, A. (2021). Antecedents and consequents of user satisfaction on instagram. *Marketing intelligence & Planning*, 687-701.
- Ryan, M., & Bonfield, E. (1975). The Fishbein Extended Model and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 118.
- Mathes, E. (1981). Maslow' s hierarchy of needs: represented as a pyramid. *Teaching and Learning in Medicine*, 1-2.
- Helen, H. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. 335.

- Rubin, Z. (2000). Journal of Broadcasting & Electronic Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 320-329.
- Quan-Haase, A., & Young, A. (2012). Uses and Gratification of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 350-361.
- Andrew, E., & Ph, E. (2013). Uses and Gratification Theory And The Optimization of The Media In The Privatization of State Owned Enterprises In Nigeria. 202-213.
- Rochmanur, M. (2020). Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram @kokobuncit.
- Johnson, P., & Yang, S. (2009). Uses and Gratifications of Twitter: An Examination of User Motives and Satisfaction of Twitter Use. *Association for Education in Journalism and Mass Communication*.
- McQuail. (2004). Mass Communication theory.
- Viswanath, K., & Shoba, R. (2010). Mass Media. *Social Identities*, 275-276.
- Habibie, D. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 79-86.
- Tichenor, P., & Donohue, G. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth In Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 159-170.
- Nasrullah. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Carr, C., & Hayes, R. (2015). Social Media: Defining, Developing, And Divining. *Atlantic Journal Of Communication*, 46-65.
- Bergström, T., & Bäckman, L. (2013). Marketing PR in Social Media: How The Utilization of Instagram Bulids and Maintains Customer Relationship. *Media and Communication*, 56.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Standar Kinerja Supervisor Pada Housekeeping Departement Di Grand Jatra Hotel Pekanbaru*, 1-15.
- Ma'ruf, M. (2017). Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk. *In Equilibrahim (vol. 5 Issue 6)*.
- Penjajar, S., & Mandala, W. (2005). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 171-188.
- Cadotte, E., Woodruff, R., & Jenkins, R. (1987). Research Notes and Communications Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 305-319.
- Hossain. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use. *PSU Research Review*, 16-28.
- Yuwono, E. (2013). Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show "Dahsyat" di RCTI. *E-Komunikasi*, 1-11.
- Yusuf, A. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Sukmadinata, N. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. *Rosdakarya*.
- Goso, G. (2019). Paradigma Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.

- Hamdi , A., & Baharrudin , E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sujadijaya, T. (2017). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Pada PT Karet Api Indonesia (Persero)Kota Bandung). .
- Suryati, R., & Rangkuti, A. (2017). *Statistika Deskriptif Untuk Psikologi Dan Pendidikan*.
- Widhi, R. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Kota Semarang.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Irba, D. (2017). Pengaruh Gaya Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas X di Sma Nasional Bandung.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. (1985). A comparison of gratification models of media satisfaction. In *Communication Monographs* (pp. 334-346).
- Pinggala, R. S. (2021). Kepuasan Followers Dalam Mengikuti Akun @tribunnews di Instagram.
- Nathania. (2018). Studi Kesenjangan Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @tmcpoldametro di Instagram.