

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziyyah, S. N. (2020). *Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Telkom. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Ginting, C. B. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Followers Akun Instagram @medantalk)*. Universitas Telkom. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Gunarto, M. (2017). Tranformasi Data Ordinal ke Interval dengan Method Of Successive Interval (MSI). *Researchgate*.
- Gunawan, A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan. *Jurnal Pari*, 3(1), 49–52.
- Gunawan, A. I., Amalia, F., Senalajari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133–142.
- Lienanta, S. (2020). *Pengaruh Konten Media Sosial@ haus. indonesia terhadap Brand Image*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Littlejohn Stephen, W., & Foss, K. A. (2014). Teori Komunikasi. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- McQuail, D. (2011). Teori komunikasi massa. Salemba Humanika.
- Musfiyah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(4), 425–439.
- Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia): Edisi Pertama. *Jakarta: Kencana Media Group*.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nugroho, C. (2020). Cyber Society.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21–28.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Di Lengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. 335.

- Social, W. A. (2021). Digital 2021 Global overview report. *Digital 2021 Global Overview Report*.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Trimurti, A. E. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pemahaman Teknik Fotografi Siswa Kelas XI Di SMK Negeri 11 Semarang*. Universitas Negeri Semarang.