

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing: Strategi Membuat Konten untuk Menarik Audience* (Virgiona, Ed.; Baru). PT Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=bvpEEAAAQBAJ>
- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=hLJjEAAAQBAJ>
- Riyanto, A. D. (2022). Hootsuite (We Are Social). Indonesia Digital Report 2022. Diambil dari: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>. (Akses: 30 November 2022).
- Atalia, I. (2019). *Ternyata Jadi Youtuber Itu Mudah! Anak Hebat Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=339OEAAAQBAJ>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Boatman, D. D., Eason, S., Conn, M. E., & Kennedy-Rea, S. K. (2021). Human Papillomavirus Vaccine Messaging on TikTok: Social Media Content Analysis. *Health Promotion Practice*, 22(3), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/15248399211013002>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Pahlevi, R. (2022). APJII: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% pada 2022. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>. (Akses 29 November 2022).
- Dimeila, S., & Farid. (2019). Pengaruh Selebriti Endorser Instagram Terhadap Minat Beli Followers. *PROLOGIA*, 3(1), 247–254. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6247>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/1397>

- Gunawan, A. I., Amalia, F. A., Senalajari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133–142. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/35768>
- Gunelius, S. (2010). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Education. https://www.aucd.org/docs/webinars/30_Minute_Social_Media_Marketing.pdf
- Handayani, F. (2017). Students' Attitudes Toward Using Instagram in Teaching Writing. *JURNAL EDUCATIVE: Journal of Educational Studies*, 2(1), 23–29. <https://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/educative/article/view/318>
- Harsojuwono, B. A., & Arnata, W. (2020). *Statistika Penelitian*. Malang: Madani Media.
- Kinanti, D. N., & Erza, E. K. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84. <https://doi.org/10.37108/shaut.v12i1.303>
- Kong, Q., Lai-Ku, D. K.-Y., Deng, D. L., & Yan-Au, A. C. (2021). Motivation and perception of Hong Kong university students about social media news. *Comunicar*, 29(67), 33–42. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-03>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi* (Pertama). Kencana.
- Musfiyah, & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *ANUVA*, 4(4), 425–439. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/9475>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (N. siti Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Natasya, M., & Setianto, Y. P. (2021). Gender, Konsumsi Berita COVID-19 dan News Fatigue di Jakarta. *Kajian Jurnalisme*, 5(1), 1–14.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society* (Suwito, Ed.; Pertama). Kencana.

- Pitaloka, E. D., Aprilizdihar, M., & Dewi, S. (2021). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Sarana Pembelajaran di Era Digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 4(2), 101–110.
- Populix. (2022). Social Media Habit and Internet Safety. Diambi dari: <https://info.populix.co/en/report/social-media-habit-and-internet-safety/>. (Akses: 30 November 2022).
- Pratiwi, A. (2021, December 14). *Uniknya Program Berita Metro TV Berbahasa Mandarin*. <https://siaran-tv.com/uniknya-program-berita-metro-tv-berbahasa-mandarin-629/>
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112–117.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21–28. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/view/11625>
- Rachmanto, R. (2013). *Belajar Nge-Blog a`la JKT48*. PT Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=YNVCDwAAQBAJ>
- Ramadhanny, F. (2020, December 16). *89% Gen Y dan Z Cari Berita dari Instagram, 77% dari YouTube*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5297101/89-gen-y-dan-z-cari-berita-dari-instagram-77-dari-youtube>
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM: Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh, Kompetitif dan Unggul di Era Revolusi Industri 4.0*. Absolute Media. <https://books.google.co.id/books?id=-KxJEAAAQBAJ>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ>
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation* (Fourth Edition). Kogan Page.
- Saqib, S. I., Allen, M. M., Lucio, M. M., & Allen, M. (2023). Sustaining Solidarity through Social Media? Employee Social- Media Groups as an Emerging

- Platform for Collectivism in Pakistan. *Work, Employment and Society*, 1–21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/09500170221148301>
- Septiani, F. (2022). *Dasar Dasar Pemasaran Digital* (K. Astria, Ed.). Cipta Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=cw2UEAAAQBAJ>
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; Kedua). Alfabeta.
- Sulianta, F. (2013). *Web Marketing*. Elex Media Komputindo.
<https://books.google.co.id/books?id=DH9cDwAAQBAJ>
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta.
- Sutter, J. D. (2010, October 29). *Texts, maps battle Haiti cholera outbreak*.
<http://www.cnn.com/2010/TECH/innovation/10/29/haiti.cholera.tech/index.html>
- Ting, H., Ming, W. W. P., Run, E. C. de, & Choo, S. L. Y. (2015). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*, 2(2), 15–31.
https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa* (Y. Sartika, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Wahyudin, Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Anggraeni, E. F., Astuti, F., Saka, B. G. M., Hendrayani, E., Oktavia, Y., Indrayana, I. P. T., & Nusantari, D. O. (2022). *Pengantar Statistika 2*. Media Sains Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=VHN_EAAAQBAJ
- Westerman, D., Spence, P. R., & Heide, B. Van Der. (2013). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information*. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 19(2), 171–183.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jcc4.12041>