

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. M. (2022). Aplikasi *Teori Uses and Gratifications* Pada Media Sosial Instagram di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Azman, a. (2022). Efektivitas penggunaan grup roleplayer facebook "ari kuliah" sebagai media pertukaran informasi perkuliahan di kalangan mahasiswa roleplayer indonesia (doctoral dissertation, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau).
- Azwar, S. (2016b) *Validitas dan Reabilitas*. Pusaka Pelajar
- Babbie, R. (2016). *The Basic of Social Research*. Cengage Learning
- Castrono, C., & Huang, L. (2012) *Social Media in a Alternative Marketing Communication Model. Journal of Marketing Development and Competitiveness*. 6(1), 117-134.
- Creeber, g. & martin, r. (2009). *Budaya digital: memahami media baru*. Berkshire- inggris: open university press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J.D. (2017) *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publication.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2005) *Effective public relations merancang dan melaksanakan kegiatan kehumasan dengan sukses*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- H Hermanto Suaib, M. M. (2017). *Suku Moi: nilai-nilai kearifan lokal dan modal sosial dalam pemberdayaan masyarakat*. An1mage.
- Herlina, N., & Lubis, EE (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat (Disertasi Doktor, Universitas Riau).
- Humaizi, H., Asmara, S., Sis, R., & Yusuf, M. (2020). The Use of Online Marketplace Website in Indonesia: A Study of Consumers' Motives and Gratification.

- Humaizi M.A. (2018). *Uses and Gratification Theory*. Medan: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Kriyantono, R. (2020). Efektivitas website perguruan tinggi negeri sebagai penyedia informasi bagi mahasiswa. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 117-142.
- Muhamad, A. A., & Aransyah, M. F. (2022). *The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness and Brand Image to Increase Intention to Buy (Study on Audia Multibrand Muslimwear)*. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2).
- Nabila, F. J. (2019). *LKP: Strategi Branding Public Relation Universitas Dinamika* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Nasrullah, R (2015). *Media social: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media
- Ngilan, R (2020, 15 Agustus), IG Aplikasi Popuker dengan Sejarah Panjang. Kumparan [Online], Tersedia: <https://kumparan.com/berita-update/ig-aplikasi-populer-dengan-sejarah-panjang-1u0CAXQsKFm/full> [Akses: 19 November 2022]
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Oloo, F. L. (2013). "*Instagratication*": *Uses and gratification of instagram by university students for interpersonal communication* (Doctoral dissertation, Eastern Mediterranean University (EMU)-Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ))
- Panji Dwi Ashrianto, S. Y. (2020). The Use of Social Media in Searching for Information about Papua. *Jurnal The Messenger*, Vol.12, No.2.
- Pasaribu, NYN (2020). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Produk Pertanian Buah-Buahan (kasus: Instagram TaniHub Indonesia, Pasar Minggu, Jakarta Selatan). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4 (6), 866-879.

- Salsabil, Z., & Arfa, M. (2020). Efektivitas Website femaledaily. com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna. *Jurnal ilmu perpustakaan*, 8(2), 199-210.
- Sarwono, J., & Martadiredja, T. (2008). Riset bisnis untuk pengambilan keputusan. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Simamora .2000. Dasar Dasar Pemasaran, Erlangga. Jakarta. Jakarta. Sugiyono., Prof. Dr. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Suparto, D., & Habibullah, A. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Penyebaran Informasi dalam Pelayanan Publik. *Indonesian Governance Journal: Kajian Politik-Pemerintahan*, 4(2), 161-172.
- Suryarandika, R (2017, 27 Januari), *Diskominfo Kabupaten Tasik Awasi Peredaran Hoax*. *Republika* [Online], Tersedia: <https://news.republika.co.id/berita/okffg7368/diskominfo-kabupaten-tasik-awasi-peredaran-berita-hoax> [Akses: 22 November 2022]
- Timbowo, d. (2016). Manfaat penggunaan smartphone sebagai media komunikasi (studi pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi). *Acta diurna komunikasi*, 5(2).
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005) *Human Communication: konteks-konteks komunikasi*.
- Tubbs, Stewart L dan Moss, Sylvia. 1996. Human Communication Prinsip-prinsip Dasar. Buku Pertama. (Terjemahan Deddy Mulyana dan Gembirasari). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tutiasri, R. P., Widiastuti, E. J., Murti, S. T. R., & Priscillia, I. (2021). The Use of Instagrams as A Digital Communication Media by Holyspicy in The Covid-19 Pandemic. *Metafora: Education, Social Sciences and Humanities Journal*, 5(1), 25-37.
- Uchjana, O. (2007). Ilmu Komunikasi teori dan praktek. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.

Wilson, T. D. (2000) Human Information behavior. Informing Science.

Woro Harkandi Kencana, I. V. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA Vol 6 No 2* .

Zahid, m. (2014). Posisi dan fungsi mushhaf al-qur'an dalam komunikasi massa. *Nuansa: jurnal penelitian ilmu sosial dan keagamaan islam*, 11(1), 77-106.