

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, D., & Prasetyawati, Y. (2018). Pengaruh Konten Dan Gaya Komunikasi Di Platform Konsultasi Berbasis Online @Ibunda_Id Terhadap Brand Awareness. *Wacana*, 17(1), 29–38.
- Allen, J. L., Rybczyk, E. J., & Judd, B. (2006). *Communication Style And The Managerial Effectiveness Of Male And Female Supervisors. Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 4(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.19030/jber.v4i8.3322>
- Aprilliani, C. (2022). Pengaruh Metode Scramble Terhadap Kemampuan Membaca Permulaan Huruf Braille Pada Siswa Tunanetra Di Sdlb Slb Negeri A Pajajaran Kota Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Vol. 13). Rineka Cipta. <http://klikbbm.blogspot.com/2013/08/pengertian-hakikat-shooting->
- Arwani, A., & Mahfudz. (2022). Pengaruh E-Wom, Kualitas Konten Terhadap Subscription Decision Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Asy'ari, F. H. (2022). Mempersiapkan Generasi Milenial Yang Andal Sebagai Pemimpin Bangsa. *Social, Humanities, and Education Studies (SHES): Conference Series*, 114–121.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2005). Data Triangulation in Action: Using Comment Analysis To Refine Web Quality Metrics. In *Proceedings of the 13th European Conference on Information Systems. Regensburg*.
- Bella, N. N. S. O. (2022). *The Effect of Communication Style and Non Verbal Communication of Leader on Employee Performance. COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(2), 136. <https://doi.org/10.37535/103003220225>
- CATCH ME UP! (2025). <https://catchmeup.co/>
- Chin W.W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*.
- Danim, S. (2012). *Menjadi Pemimpin Besar Visioner Berkarakter*. Alfabeta.

- Dewi, M. (2014). Gaya Bahasa Berita Media Online di Indonesia: Judul Menarik Tidak Harus Tidak Baku. *Humaniora*, 5(2), 1015–1022.
- Dwi Lestari, U., Mohamed Hasan, M., Akhdan Nadif, M., Rojuaniah, & Ikramina. (2023). *The Influence of Content Quality on Social Media on Customer Loyalty Dapur Cokelat Products in Indonesia. International Journal of Demos*, 5(3).
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti.
- Fadhlan, M. H., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh Gaya Komunikasi Akun Instagram Folkative Terhadap Online Engagement (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1–7.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. [Http://Penerbitzaini.Com](http://Penerbitzaini.Com)
- Farhan Arib, M., Suci Rahayu, M., Sidorj, R. A., & Win Afgani, M. (2024). Experimental Research Dalam Penelitian Pendidikan. *Journal Of Social Science Research*, 4, 5497–5511.
- Febriyani, S. (2020). Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Radio Raka dan Sonora Bandung). Universitas Telkom.
- Fendini, D., Kertahadi, & Riyadi. (2013). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna.
- Ferdinan Alamsyah, F., Amaliasari, D., & Satriani, I. (2018). Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Di Media Massa Di Kota Bogor (Pengembangan Media Literasi Pada Khalayak) *Trust Level of Audiences toward Information on Mass Media in Bogor City (Development of Literacy Media on Audiences)*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2). www.forlap.dikti.go.id-diakses
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro (Vol. 1, Issue 1).

- Gouvea, R., & Gutierrez, M. (2023). De-Dollarization: *The Harbinger of a New Globalization Architecture? Theoretical Economics Letters*, 13(04), 791–807. <https://doi.org/10.4236/tel.2023.134046>
- Guo, S., Lu, P., & Song, Y. (2013). *The Effects of Trust and Contractual Mechanism on Working Relationships—An Empirical Study in Engineering Construction Projects. American Journal of Industrial and Business Management*, 03(06), 539–548. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2013.36062>
- Haerul, & Yusrina. (2021). Kreativitas Konten Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia di Media Sosial. *RIKSA BAHASA*, 15, 131–138. <http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa>
- Haning, M. T., Hasniati, & Tahili, M. H. (2020). Public Trust Dalam Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Dan Strategi (B. Sabrang, Ed.; I). UPT Unhas Press.
- Hendryadi, & Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Kencana (Prenadamedia Group)
- Instagram users in Indonesia - January 2024 | NapoleonCat*. (2024). NapoleonCat.Com. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Jogiyanto, H. (2005). Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori, dan Aplikasi Bisnis (Andi, Ed.; 3rd ed.).
- Juarsa, E. (2016). Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1).
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons*, 53(1).
- Kiratli, O. S. (2023). *Social Media Effects on Public Trust in the European Union. Public Opinion Quarterly*, 87(3), 749–763. <https://doi.org/10.1093/poq/nfad029>
- Kurniati, D. P. Y. (2010). *Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verba*.
- Li, H., Patrick Rau, P.-L., Salvendy, G., Chen, C., Huebner, D., & Frey, D. (2014). Effects of communication styles on acceptance of recommendations in intercultural collaboration. In *Journal of International Business and Cultural Studies* (Vol. 9). <http://www.aabri.com/copyright.html>.
- Macarthy, A. (2014). *500 Social Media Marketing Tips*.

- Meodia, A. (2020). *5 Media sosial paling populer di dunia pada Q2 2020 - ANTARA News*. ANTARA Newss. <https://www.antaranews.com/berita/1678882/5-media-sosial-paling-populer-di-dunia-pada-q2-2020>
- Michael, C. (2013). *Social Media Security*. In *Leveraging Social Networking While Mitigating Risk* (1st ed.). Syngress.
- Nasucha, C. (2004). *Reformasi administrasi publik : teori dan praktik* (D. Novita, Ed.). Grasindo.
- Nidhi. (2024, October 19). *Statistik Instagram 2024: Data Pengguna & Pertumbuhan Terbaru*. Affmaven.Com. <https://affmaven.com/id/instagram-statistics/>
- Nuruddin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st ed.). Rajawali.
- O'Brien, J. A. (2005). *Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial* (12th ed.). Salemba Empat.
- Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2). <https://www.hipwee.com/list/6-karakter-kepemimpinan-di-era-milenial/>
- Pokhrel, S. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @Catchmeupco Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Digital Natives
- Prihatiningrum, S. (2020). Efektivitas Akun Instagram @Aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (*Analisis EPIC Mode pada Akun Instagram @aniesbaswedan*). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing. <https://malangkota.go.id/layanan-publik/dukpil/>.
- Purnamasari, E., & Ismunandar. (2020). The Influence Of Social Media On Interest To Buy Online (Case Study Of Stie Bima Students). *Balance: Jurnal Ekonomi*, 16.
- Rahmawati, P. A., & Farida, L. (2024). *The Influence of Content Marketing, Content Quality, and Brand Image on the Purchase Intention of Skintific Products Through the Official TikTok*. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 5(2), 168. <https://doi.org/10.20527/jee.v5i2.12157>
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta.

- Santoso, S. (2018). Menguasai Statistik dengan SPSS25. PT Elex Media Komputindo.
http://repository.radenintan.ac.id/2804/1/SKRIPSI_FIX.pdf
- Sendjaja, S. D. (2014). Teori Komunikasi. In Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka Analisis, dan Perspektif. Universitas Terbuka.
- Simarmata, R. T., & Ispriyanti, D. (2011). Penanganan Overdispersi Pada Model Regresi Poisson Menggunakan Model Regresi Binomial Negatif. *Media Statistika*, 4(2), 95–104.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS (1st ed.). Kencana.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Tindakan) (A. Nuryanto, Ed.; 3rd ed.). Alfabeta.
- Sui, Y., & Zhang Citation, B. (2021). *Determinants of the Perceived Credibility of Rebuttals Concerning Health Misinformation*. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 1345. <https://doi.org/10.3390/ijerph>
- Sumanto. (2014). Teori Dan Aplikasi Metode Penelitian. CAPS.
http://repository.radenintan.ac.id/2804/1/SKRIPSI_FIX.pdf
- Sumaryadi, I. N. (2005). Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom & Pemberdayaan Masyarakat. Citra Utama.
- Suntoyo, D. (2012). Metodologi Penelitian Ekonomi. CAPS.
- Suranto. (2011). Komunikasi Antarpribadi.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar). Alfabeta.
- Trie Annisa, A., & Estawara, H. (2023). Persepsi Followers tentang Gaya Komunikasi Penulisan Berita pada Catch Me Up! *Jurnal Publish*, 220(2), 124–259.
- Wayne Pace, R., Faules, D. F., Mulyana, D., Gembirasari, & Kuswarno, E. (2006). Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan (6th ed.). Remaja Rosdakarya.

Zafirah, S., & Ws, J. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Catchmeupco Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 2024(4), 324–335.