

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Bahri, A., Damayanti, C. M., Sirait, Y. H., & Alfarisy, F. (2022). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3.
- Barus, A. G. (2021). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbyst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. *Jurnal Komunika*, 17(2), 1–10. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7549>
- Bulut, D. (2023). The Association between Attention Impairments and the Internet and Social Media Usage among Adolescents and Young Adults with Potential Consequences: A Review of Literature. *Psychology*, 14(08), 1310–1321. <https://doi.org/10.4236/psych.2023.148073>
- Chen, Y., Li, M., Guo, F., & Wang, X. (2023). The effect of short-form video addiction on users' attention. *Behaviour and Information Technology*, 42(16), 2893–2910. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2151512>
- Dewi, M. S. (2021). Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik). In *Cemerlang*

- Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). www.rcipress.rcipublisher.org
- Fauziyah, N. (2018). *Analisis Data Menggunakan Uji Korelasi dan Uji Regresi Linier di Bidang Kesehatan Masyarakat dan Klinis*. Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung.
- Genova, G. (2021). Tiktok Platform Opportunity : How Does It Influence SMEs Brand Awareness Among Generation Z ? *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 5(3), 273–282. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i3.273-282>
- Ghazali, A. El, & Samaria, S. (2024). Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.1159>
- Handayani, D. R. S. I. M. M. (2020). Metodologi Penelitian Sosial Plus. In *Tanjungpura University Press* (Vol. 1, Issue Februari). Trussmedia Grafika.
- Hasya, R. (2023). *Melihat Rerata “Screen Time” Gen Z Indonesia dalam Bermedsos, Berapa Lama dalam Sehari?* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/melihat-rerata-screen-time-gen-z-indonesia-dalam-bermedsos-berapa-lama-dalam-sehari-f3kLL>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024a). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS*. Eureka Media Aksara.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024b). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (Issue July). Eureka Media Aksara.
- Ilhami, H., & Sudrajat, R. H. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @ internship _ ddbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.13704>
- Juariyah. (2020). *TEORI KOMUNIKASI* (Fauziyah (Ed.)). LPPM Unmuh Jember.
- Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2).
- Kjellsson, G., Clarke, P., & Gerdtham, U. G. (2014). Forgetting to remember or remembering to forget: A study of the recall period length in health care survey questions. *Journal of Health Economics*, 35(1), 34–46.

<https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2014.01.007>

- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021). Trick and Please. A Mixed-Method Study on User Assumptions about the TikTok Algorithm. *ACM International Conference Proceeding Series*, 84–92. <https://doi.org/10.1145/3447535.3462512>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). Message-Design Logics. In *Theories of Human Communication* (Twelfth Ed, pp. 114–116). Waveland Press. https://www.google.co.id/books/edition/Theories_of_Human_Communication/aRMOEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (Ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mañosca, M. K., Poyaoan, A. K., & Vitug, J. (2022). Impact of Content Marketing on the Brand Image of Selected Unilever’s Personal Care Brands through the Social Media. *Journal of Business and Management Studies*, 107–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.13>
- Muhamad, N. (2024). *10 Merek Kategori Produk Perawatan dan Kecantikan Terlaris di E-Commerce* Selama Deflasi (Juni-September 2024)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/670f6c3aad1b1/produk-perawatan-dan-kecantikan-terlaris-di-e-commerce-selama-ri-deflasi>
- Nanda, E. C. D. A. (2024). *Bukan Google, Gen Z Pilih Media Sosial Sebagai Alat Pencari Informasi Brand*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/google-tak-lagi-relevan-51-gen-z-lebih-memilih-media-sosial-sebagai-alat-pencari-informasi-brand-jYFtd>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*. SIBUKU MEDIA.
- O’Keefe, B. J. (1988). *The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication*. *Communication Monographs*. 55, 80–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03637758809376159>

- O'keefe, B. J., & Lambert, B. L. (1995). Managing the Flow of Ideas: A Local Management Approach to Message Design. *Annals of the International Communication Association*, 18(1), 54–82.
- Oktavia, Y., & Juventasari, P. B. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Oleh Siswa-Siswi MAN 1 Tulungagung Untuk Menunjang Kebutuhan Informasi Akademik. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, Volume 17.
- P Srivastava. (2023). *The Effect of Short-Form Video Exposure on Young Adults' Sustained Attention Span and Comprehension of Information in Digital Texts and Videos*.
- Phan, T. N., Ho, T. V., & Le-Hoang, V. P. (2020). The Impact of Content Marketing on Customer Engagement on Instagram - A Case Study of Fashion Brands. *International Journal of Management (IJM)*, 11(7), 859–868. <http://www.iaeme.com/IJM/index.asp859http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=7http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=7>
- Prayoga, A. A., & Saktisyahputra. (2023). The Influence of Using Instagram's Social Media Account @Neohistoria.Id In Fulfilling Followers' Information Needs. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.61194/ijcs.v1i1.17>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Puazah, S. S., & Putra, A. (2022). Pemanfaatan Akun Tiktok Oleh Suara.com Sebagai Media Penyebaran Berita Dan Informasi. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 3533–3541. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/19037/18424>
- Qin, Y., Omar, B., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805>
- Rahmana, P. N., Putri, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. <https://doi.org/10.4324/9781003490548-32>
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *JISIP*

- (*Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*), 6(1), 2382–2395.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2849>
- Ramadhani, N. F. (2024). *Gen Z Paling Rajin Konsumsi Media, Daya Fokus Paling Rendah*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/gen-z-paling-rajin-konsumsi-media-daya-fokus-paling-rendah-yHpHz>
- Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2024). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as>
- Safitri, K. A., & Trianita, Y. (2023). PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (STUDI PADA AKUN @VMULIANA). *Jurnal Nasional, Akademi Komunikasi Media Dan Radio Dan TV Jakarta*. <https://doi.org/https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i2.335>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryani (Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Salim, A., & Fadilla. (2021). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Anggun Purnamasari. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 7(1), 17–28. www.bps.go.id,
- Salsabilla, R. (2024). *Gen Z dan Milenial Kompak Rela Habiskan Rp300 Ribu Demi Skincare*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240807152050-33-561161/gen-z-dan-milenial-kompak-rela-habiskan-rp300-ribu-demi-skincare#:~:text=Berdasarkan hasil penelusuran terhadap data,belanja produk kecantikan%2C%22 sambungnya.>
- Sari, D. M., & S., A. (2020). Media Informasi Website pada Wisata Kuliner Pangan Khas Mandar. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(3), 267. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i3.6475>
- Silvana, H., Rullyana, G., & Hadiapurwa, A. (2019). Kebutuhan Informasi Guru Di Era Digital: Studi Kasus Di Sekolah Dasar Labschool Universitas Pendidikan Indonesia. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 147. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.454>
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenadamedia Group.
- Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari.*

- (2023). Kompas.Id. https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/common>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tjiptoprajitno, V. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Persepsi Risiko Tidak Sistematis Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Investor Muda*.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*.
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*. Tahta Media Group.
- Wardhani, M. E. K., & Sulistyowati, E. (2024). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kosmetik Terkait Produk Skincare Kemasan Share in Jar. *Jurnal Hukum*, 144–166.
- Wicaksana, D. agung, & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(02), 55–76. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.60>
- Wicaksono, T. A., Reformasianto, V. L., Mufidah, D., Anggelina, E., Wimbari, S., & Kusrohmaniah, S. (2024). The Impact of TikTok Social Media on Users : A Neuropsychological Perspective Dampak Media Sosial Tiktok pada Pengguna : Perspektif Neuropsikologi. *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 13(3), 455–463. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v13i3>
- Widi, S. (2023). *TikTok Jadi Medsos Utama Gen Z untuk Cari Informasi pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani,

- T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Wijayanti, R. I. (2023). *Siapa Pemilik Skintific? Brand Skincare yang sedang Viral*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-skintific-brand-skincare-yang-sedang-viral>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). Generasi Z & Revolusi Industri 4.0. In *Pena Persada Redaksi*. CV. Pena Persada.
- Yusuf, Y. (2019). Social Media Marketing : *Advances in Economics, Business and Management Research*, 143(Isbest 2019), 88–92. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.018>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kuantitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).