

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, S., Lestari, P. P., & Rusliyawati. (2020). Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Tanaman Kakao Menggunakan Metode Certainty Factor Pada Kelompok Tani PT Olam Indonesia (Cocoa) Cabang Lampung. *JDMSI: Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 1(4), 26–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/jdmsi.v1i1.798>
- Andini, T., & Kurniawan, F. (2020). Analisis pembentukan ekspektasi wisata lewat fitur pendukung pencarian informasi di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 503. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2339>
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180–192. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2), 195–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.353>
- Astriani, R., & Puspita, R. (2023). Pengaruh Terpaan Akun @Motomobitv Terhadap Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi Otomotif. *JUSHPEN: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 05–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i3.1009>
- Ayuningtias, P. (2013). Hubungan Antara Terpaan Media Mengenai Penculikan Anak di Televisi dengan Tingkat Kecemasan Orang Tua di RT 23 Kelurahan Sidomulyo Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 14–27. <http://www.merdeka.com>
- Azmi, N. A., Fathani, A. T., Sadayi, D. P., Fitriani, I., & Adiyaksa, M. R. (2021). Social Media Network Analysis (SNA): Identifikasi Komunikasi dan Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Twitter. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 5(4), 1422–1430. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i4.3257>
- Azzahra, A. A. (2022). Analisis Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana. *Bulletin of Applied Eingeenering Theory*, 3(1), 75–78. <https://jim.unindra.ac.id/index.php/baiet/article/view/6532>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA*, 5(1), 61–75. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/72>
- Cintani, Maulina, Mazaya, Rafli, Salsabila, & Widianingsih. (2022). Efisiensi Hashtag Pada Caption Terhadap Engagement Instagram @jajanantradisional.bdg (Studi kasus pada postingan dengan topik Es Dawet). *Industr Patiseri Digital*. <https://www.researchgate.net/publication/366594023>
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, 5(3), 261–278. <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>
- Eginli, A. T., & Tas, N. O. (2018). Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 8-Issue: 2 April-2018 Interpersonal Communication in Social Networking Sites: An Investigation in the Framework of Uses and Gratification Theory. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 8(2), 81–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.12973/ojcmnt/2355>
- Fakoniko, M. C. (2016). Kepuasan Followers Akun infia_fact Dalam Mendapatkan Informasi pada Akun infia_fact di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 2–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4887>

- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *ELASTISITAS: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Haquq, R. (2020). Uji Uses and Gratification Dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1378>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) di Era Konvergensi. *KOMASKAM: Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i1.2265>
- Hendarsih, V. G., & Banowo, E. (2023). Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram @Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Trailer Film Bagi Followers. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 102–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jkn.v5i1.228>
- Isnawati, Jalinus, N., & Risfendra. (2020). Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 20(1), 37–44. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.652>
- Joshua, H. H., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten di Akun Instagram @Netflixid dalam Meningkatkan Minat Menonton. *Prologia*, 6(1), 71–79. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10290>
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291–297. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>
- Kurnia, D. (2017). Analisis Signifikan Leverage dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 12–21. <https://doi.org/10.30656/jak.v4i2.247>
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *JKIP: Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 685–692. <https://doi.org/10.47178/jkip.v3i3.99>
- Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53–64. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>
- Nurianna, A., & Mansur, S. (2022). Penggunaan Portal covid-19.go.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 di Lingkungan Starbucks Coffee Kawasan Tangerang. *MEDIUM*, 10(1), 302–322. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).10042](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).10042)
- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 100–107. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/archive>
- Permata sari, D., & Candra, Y. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir, Self Efficacy, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 224–228. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Prajarto, N., Tania, S., & Purwaningtyas, M. P. F. (2019). Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 191–208. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.1805>

- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 di Surabaya. *AGORA*, 7(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8141>
- Rahmanto, Y., Farhan Randhika, M., Ulum, F., & Priyopradono, B. (2020). Aplikasi Pembelajaran Audit Sistem Informasi dan Tata Kelola Teknologi Informasi Berbasis Mobile. *Jurnal TEKNOKOMPAK*, 14(2), 62–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/jtk.v14i2.723>
- Riyanto. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.16>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica>
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i1.2957>
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *ANUVA*, 2(1), 29–42. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7524>
- Salsabil, Z., & Arfa, M. (2019). Efektivitas Website femaledaily.com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 199–210.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratification. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207–216. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i.276>
- Schaffer, D. R., & Debb, S. M. (2020). Assessing Instagram Use Across Cultures: A Confirmatory Factor Analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2), 100–106. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0247>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *ALIANSI: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Supriyatna, A. (2015). Analisis dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Menggunakan Pieces Framework. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 11(1), 43–52. <https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/pilar/article/view/411>
- Undiana, N. N., Supiarza, H., & Pauhriizi, E. M. (2022). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengapresiasi Jogja-Netpac Asian Film Festival 2020 Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sense*, 5(1), 23–38. <https://doi.org/10.24821/sense.v5i1.6966>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Yuwono, E. (2013). Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show 'Dahsyat' di RCTI. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1), 1–11.