

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi). In *PT Simbiosis Rekatama Media*.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schäfer, D. B. (2012). Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation? *Management Research Review*, 35(9). <https://doi.org/10.1108/01409171211255948>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Methods. In *McGraw-Hill*.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1).
- Dr. Rulli Nasrullah, M. Si. (2017). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016*.
- Hardjana, A. (2000). *Audit komunikasi: teori dan praktek*. Penerbit PT Grasindo. <https://books.google.co.id/books?id=gei-tQEACAAJ>
- Husein, U. (2011). Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. *Jakarta: PT RajaGrafindo Persada*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4). <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis Riset Komunikasi kuantitatif dan kualitatif. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Leung, L., & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(2). <https://doi.org/10.1177/107769900007700206>
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). Encyclopedia of Communication Theory : Media and Mass Communication Theories. *Encyclopedia of Communication Theory*.
- Martono, N. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis). *Edisi Revisi I2*.

- Martoyo, S. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 5, Cetakan Pertama. In *Yogyakarta: BPFE*.
- Nasrullah, R. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung. In *Simbiosis Rekatama media* (Vol. 2).
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). PEMANFAATAN “TWITTER TMCPOOLDAMETRO” DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PARA PENGGUNA JALAN RAYA. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1). <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. *Yogyakarta: Pandiva Buku*.
- Riduwan. (2010). Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. In *Alfabeta*.
- Ruggiero, T. E. (2018). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. In *Refining Milestone Mass Communications Theories for the 21st Century*. <https://doi.org/10.4324/9781315679402-4>
- Sarasak, D. A. B. P., & Utami, L. S. S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop. *Prologia*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10177>
- Sekaran. Uma. (2014). Metode Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods For Business). *Buku 1 Edisi 4 Jakarta : Salemba Empat.*, 1(247).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. *Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri*.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Yusup, P. M. (1995). Pedoman praktis mencari informasi. *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 144.