

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adheliana, D., & Sandy. (2023). Desain Content Marketing Media Sosial Guna Membangun Brand Awareness Daya Potensia Indonesia. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2). <https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.1918>
- Anand, F. A., & Rahmansyah, I. F. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Profit Bisnis di Era Pandemi. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 1–5. <https://seminar.unmer.ac.id/index.php/senasif/senasif5/paper/view/941>
- Barus, A. G. (2021). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbynst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 17, N(h $\text{t}$ t $\text{p}$ s://talenta.usu.ac.id/komunika/issue/view/505). <https://doi.org/https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7549>
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). PERANCANGAN KONTEN EDUKATIF DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, Vol 5, No. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh KontenMedia Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *IKRAITH-HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, VOL 8 NO 1(<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/view/151>), 217. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i1.3496>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitat, P., & Gebang, A. A. (2021). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF* (T. S. Tambunan (ed.)). CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Doktoralina, C. M., Bahari, Z., Hassan, S. A., Ismail, N. A., & Mardiyah, S. A. L. (2020). Hashtags as a way to expedite the zakat supply chain. *Uncertain Supply Chain Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.7.004>
- Efda, A. D., Setyawan, I., & Johansah, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Pada Akun @pandemictalks. *J-Ika*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/kom.v10i1.15733>
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3 No.(Vol. 3 No. 1 (2020):

- Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan penerbit universitas diponegoro.
- Handayani, W. S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Akun Insatgam @infopku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Islam Riau.
- Herawati, A. F., Yusuf, M., Cakranegara, P. A., Sampe, F., & Haryono, A. (2022). Social Media Marketing in the Promotion of Incubator Business Programs. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 623–633.
- Hidayatullah, B. S., & Winduwati, S. (2023). Selektivitas Gen Z dalam Memilih Media Informasi di Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Prologia*, 7(2), 398–406. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21430>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.  
<https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Husna, J. (2019). Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi, Vol 3, No.*  
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/anuva.3.2.173-184>
- Idawati, & Fatimatuzzahra. (2023). PENGARUH AKTIVITAS GENERASI MUDA TERHADAP PENGGUNAAN KATA BAKUDAN TIDAK BAKU PADA PELAJARAN BAHASA INDONESIA. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri, Volume 09.*  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i1.710>
- Ikayanti, A. P. (2020). Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram pada Pemasaran Pariwisata. In *Sistem Informasi Enterprise*. Universitas Islam Indonesia.
- Isnawati, S. I., Pratiwi, M. I., & Bangsa, J. R. (2023). Pelatihan Konten Marketing Pada Industri Otomotif Dengan Media Video Marketing Di Pt Wahana Investasindo Salatiga. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 6(02), 240–247.  
<https://doi.org/10.36456/abadimas.v6.i02.a6337>
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Kemandirian Belajar Pada Pembelajaran Daring. *Jurnal Sintak*, 1(1), 14–18.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Jiang, Z.-Q., & Lee, D.-H. (2010). Exploring New System of China Digital Media Design Related Undergraduate Education. In *International Journal of Contents* (Vol. 6, Issue 1, pp. 35–40). <https://doi.org/10.5392/ijoc.2010.6.1.035>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kemp, S. (2024). *Digital Indonesia Report 2024*.

- <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kurniawan, R. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (1st ed.). KENCANA. [https://books.google.co.id/books?id=KcY-DwAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=KcY-DwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false)
- Kustiyahningsih, Y., Anamisa, D. R., Hasbunallah, M., Rahmanita, E., & Purnama, J. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place: Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid -19* (1st ed.). Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Lestari Agustin, A., & Kusmareza Adim, A. (2023). The Effectiveness of @Infotasik Instagram Content on Fulfilling Followers' Information Needs. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(5), 758–771. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1934>
- Lubis, J. A. B., & Utami, L. S. S. (2022). Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Faktaseventeen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar. *Kiwari*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15465>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mahsuri, A. (2023). *Statistika Parametrik Dasar (Uji Hubungan, Uji Perbedaan, dan Aplikasinya Menggunakan JASP)* (Vol. 1, Issue March).
- Meganingrum, R. W., Harahap, H. S., & Sitanggang, A. O. (2021). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INFORMASI GOOGLE ASSISTANT PADA SMARTPHONE ANDROID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA. *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi, Volume 1 N(2720–9792)*. <http://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/JDMK/article/view/610>
- Muflichah, I., & Muslichah, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Merek terhadap Kesadaran Merek dan Niat Pembelian pada Merek Fashion Muslim. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(06), 251–272. <https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/27396%0Ahttps://journal.uii.ac.id/selma/article/download/27396/14730>
- Munandar, D. (2022). *DIGITAL MARKETING* (Nurjaya (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN). [https://books.google.co.id/books?id=99B0EAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA99&dq=konten marketing&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q=konten marketing&f=false](https://books.google.co.id/books?id=99B0EAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA99&dq=konten marketing&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q=konten marketing&f=false)
- Musnaini, Suherman, & Wijoyo, H. (2020). *Digital Marketing* (1st ed., Issue September). CV. Pena Persada. [http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2\\_E-BOOK\\_DIGITAL\\_MARKETING.pdf#page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7)
- Nugraha, B. (2022). *Kemajuan Internet di Indonesia Munculkan Masyarakat Digital*.

- Jakarta: Suaramerdeka.Com Jumat, 22 Juli 2022.  
<https://jakarta.suaramerdeka.com/nasional/pr-1343944768/kemajuan-internet-di-indonesia-munculkan-masyarakat-digital>
- Nurfadillah, Muhammad, A. (2021). Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 21–39.
- Nurhayati, E. (2020). *Klasifikasi Dan Pemanfaatan Musik Sebagai Strategi Pemasaran (Studi Kasus Departement Store Amigo Boyolali)*.  
<http://repository.isi-ska.ac.id/id/eprint/4678%0Ahttp://repository.isi-ska.ac.id/4678/1/NURHAYATI.pdf>
- Nurhayati, N., Pitoweas, B., Putri, D. S., & Yanzi, H. (2020). Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 7(1), 17–23.  
<https://doi.org/10.36706/jbti.v7i1.11415>
- Nuryani, N., & Wasisto, J. (2016). ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI PENGGUNA TERHADAP KETERSEDIAAN MANUSKRIP DI MUSEUM RANGGAWARSITA JAWA TENGAH. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(2), 271–280. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/15299>
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41930>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (1st ed.). Pascal Books.
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Arina, N. R. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @rilivdengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *Journal of Strategic Communication*, Vol.12, No(2087–3352).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(<https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/issue/view/1204>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jkam.v5i2.15257>
- Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *JURNAL SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT [JSKPM]*, VOL. 5 NO.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Roni, M., & Nuraeni, R. (2021). Efektivitas Akun Instagram @bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *E- Proceeding Management*, 8(3).
- Santoso, A. (2023). Rumus Slovin : Panacea Masalah Ukuran Sampel ? *Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 24–43.  
<https://doi.org/10.24071/suksma.v4i2.6434>

- Sitorus, A. I. S. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA ALAM SUMATERA UTARA. *Repository UHN*.
- Situmorang, Wi. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(2), 253–266.  
<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif* (3rd ed.). Bandung : Alfabeta.
- Tawaf, & Alimin, K. (2012). Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan. *Kutubkhanah*, 15(1), 50–59.
- Wahyuti, T. (2023). Produksi Konten Digital. In 1. PT Rekacipta Proxy Media.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7(1), 2896–2910.
- Wiranata, T. D., & Hasanudin, C. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Instagram sebagai Sumber Informasi di Era Teknologi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Daring Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik (Sinergi) IKIP PGRI Bojonegoro*, 862–874.  
<https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SND/article/view/1764>
- Yumna, A. B., Fadiati, A., & Cucu Cahya. (2023). Minat Kuliner Nusantara Pada Generasi Z (Studi Tentang Hubungan Keterpaan Informasi pada Konten Food Vlogger Youtube dengan Minat Kuliner Nusantara pada Generasi Z). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 01–11.  
<https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i2.2198>

Internet:

- <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> ( Di akses pada 4 Juni 2024)
- [https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/218-restoran-dan-rumah-makan](https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/218-restoran-dan-rumah-makan) (Di akses pada 30 Mei 2024)
- [https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/107-umkm](https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm) (Diakses pada 31 Mei 2024)