

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota Samarinda. *Psikostudia J. Psikol*, 7(2), 38.
- Anshori, K., & Binastuti, S. (2024). Pengaruh konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 127–146. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.369>
- Arif, S. M. (2024). Dampak Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 257–264. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/serambi-ekonomi-dan-bisnis/article/view/7380/0%0Ahttps://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/serambi-ekonomi-dan-bisnis/article/download/7380/5255>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia Tahun 2023*. APJII.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Budhi, K. H., & Pratiwi, A. (2021). Pengaruh terpaan konten akun Instagram @RintikSedu terhadap minat mendengarkan podcast Rintik Sedu. *The Source*, 3(1), 54.
- Dantes, G. R., Sembiring, S., Maylani, N., & Idris, M. (2024). PROGRAM STIMULASI KREATIVITAS PADA ANAK-ANAK PUTUS SEKOLAH MELALUI PEMBUATAN KARYA DIGITAL SEBAGAI. *Proceeding Senadimas Undiksha*, 9.
- Faruqi, F. A. Al, Faaroek, S. A., Tambunan, R. M., & Heriyanti. (2024). Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Kopilikasi Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(1), 229–251. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i1.2567>
- Fowler, F. (2018). *Survey Research Methods (5th Edition)*
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). *Living with Television: The Violence Profile*.

Journal of Communication, 26(2), 172–199.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, A., Arindawati, W. A., & Oxcygentry, O. (2023). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL PADA AKUN TIKTOK @exploremajalengka TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TEMPAT WISATA DI

MAJALENGKA. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 212–

222. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.835>

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartono, R. (2021). *Strategi Promosi Digital pada Media Sosial Instagram*.

Media Nusantara.

Hidayah, A. N., & Rumini, R. (2023). Kontribusi Media Sosial sebagai Media Promosi dalam mengikuti Event Olahraga Online Permata Free Throw Basketball Virtual National Open Championship 2020. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 4(2), 477–482. <https://doi.org/10.15294/inapes.v4i2.53261>

Hidayat, M. I., & Sari, R. A. (2023). *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Konsumen*. Pustaka Digital.

Hidayatullah, M. I., Safitri, D., Putri, K. Y. S., Sutjipto, V. W., Prananingrum, E. N., & Sary, M. P. (2023). Pengaruh terpaan media sosial Instagram @Beritasatu terhadap minat berdonasi. *Jurnal Common*, 7(1), 58. <https://doi.org/10.34010/common.v7i1.9628>

Istiadaningsih, D., Adisel, & Fitriana, S. (2021). Peran orang tua dalam mensukseskan pembelajaran daring pada masa pandemi covid-19 di kelas IIsekolah dasar. *Journal of Elementary School (JOES)*, 4(1), 22–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/joes.v4i1.2024>

Josephine, J., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2019). Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Facebook Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019. *E-Komunikasi*, 7(2), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view/10086>

Mahendra, P. I., & Ismail, O. A. (2022). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Pandemi Covid-19 Di Instagram Terhadap Motivasi Masyarakat Kota Bandung Untuk Melakukan Vaksinasi. *e-Proceeding of*

Management : Vol.8, No.6.

Marlina. (2018). Pengaruh media sosial terhadap intensitas hubungan komunikasi orang tua dan anak usia dini. *Komunikasiana*, 1(1), 38-47.

Martinoes, M. R. (2022). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Localprideindonesia Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fikom UIR. *Repository.Uir.Ac.Id*,

110. <https://repo>

Morissan. 2021. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (Edisi Revisi). Jakara:Kencana.

Nadhrach, A. H. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram@ Set. Dprd. Jabar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Analisis Regresi Pengaruh Media Sosial Instagram@ set. dprd. jabar Terhadap Pemenuhan 93 Kebutuhan Informasi Followers)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

Pew Research Center. (2023). *Parenting in the Age of Social Media*. <https://www.pewresearch.org>.

Pinggala, M. R. S., & Mahadian, A. B. (2021). Kepuasan Followers Dalam Mengikuti Akun @ Tribunnews Di Instagram Followers Satisfaction In Following The @ Tribunnews Account On Instagram (Descriptive Study On Followers Of The @ Tribunnews Instagram Account). 8(5), 6829–6844.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.

Putri, C. S. (2017). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up ...*, 1(5). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348%0Ahttps://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/348/317>

Putri, I. M., & Astini, B. (2024). Pengaruh terpaan informasi media sosial terhadap tingkat kepercayaan publik pada pemilihan umum 2024. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 10(2), 333- 350.

Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap citra destinasi dan dampaknya pada keputusan berkunjung (Survei pada pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(2),157-164.

- Rosalina, S., & Firdaus, M. (2023). *Kekuatan Visual dan Naratif dalam Mempengaruhi Minat Audiens di Instagram*. Jurnal Komunikasi Digital, 12(1), 45–56. <https://jurnal-komunikasi-digital.or.id>
- Saputra, R., Adiprasetya, F., & Pulungan, P. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–
163. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Sari, H., & Anggraeni, L. (2019). Peran Tipe Gambar, Tagar, Jumlah Likes Dan Informasi Harga Pada Instagram Terhadap Intensi Membeli. *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 71. <https://doi.org/10.14710/jati.14.2.71-80>
- Sheren, & Astuti, S. W. (2024). Pengaruh konten sosial media Instagram @Rensia_Sanvira terhadap komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak. *e-Proceeding of Management*, 11(2), 2139-2147.
- Sudiono, Y. T. (2024). *PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @MERAHMERIAH.SPORTAINMENT TERHADAP PERSEPSI PENGIKUT MENGENAI KONTEN FRIENDLY BADMINTON MATCH*. UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining —Fake News‡: A Typology Of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tedjasaputra, M. S. (2023). *Dampak Tekanan Kompetisi pada Anak*. detikHealth.
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., Sarasvati, S. (2018). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1-22, DOI:10.32659/tsj.v4i1.46.
- We Are Social., & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*.

<https://wearesocial.com>

- Wicaksana, D. A., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(2), 55-76.
- Valiant, V., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Pada Followers @KOMPASTV. *XXVIII*(3), 288–298.
- Zed, E. Z., Nurmaulana, D. I., Halimah, Kusmiyadi, & Fadilla, S. P. N. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 7(1).