

## Daftar Pustaka

- Agung, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Andrea, B., Gabriella, H. C., Timea, J. (2016). *Y and Z Generations at Workplaces. Journal of Competitiveness*, 8(3), 90 – 106. <https://www.cjournal.cz/files/227.pdf>
- Arifah, N. L. & Merina, L.A. (2023). *Pengaruh Elemen Visual pada Konten Instagram Rintik Sedu dalam Meraih Engagement Audiens. Jurnal Barik*, 4 (3), 141-151, [file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/51054-Article%20Text-100558-1-10-20230127%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/51054-Article%20Text-100558-1-10-20230127%20(2).pdf)
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). ( Juni, 2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Barus, A.G. (2021). *Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Bobbynst terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. Jurnal Komunika*, 17(2). <https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/7549/4459>
- Berger, J., dan Milkman, K. L. (2018). *Emotion and Virality: What Makes Online Content Go Viral?. GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), hlm 18–23. doi: 10.2478/gfkmir-2014- 0022.
- Book, S. & Ranny, A. (2019). *How to Win Instagram: Trik menjadi Instagram Influencer*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Budiati, I., dkk. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Djafar, M.R.H & Putri, Y.R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal e-Proceeding of Management*, 7(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11815/11679>
- Effendy. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ef.co.id. (2022). *Daftar Peringkat Terbesar berdasarkan Kemampuan Bahasa Inggris di Negara dan Wilayah Terbesar Dunia*. Diakses pada 15 Juni 2023, dari <https://www.ef.co.id/epi/>
- Gane, N., David, B. (2008). *New Media: The Key Concepts*. London: Bloomsbury Publishing.
- Hadi, S. (2000). *Panduan Manual Program Statistik (SPS) 2000*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- Helen & Rusdi, F. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *Jurnal Prologia*, 2(2), 355-362.  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3712/2152>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Jati, L.N. (2019). *Pengembangan Buku Panduang Praktek Mengelompokkan Bahan Tekstil untuk Siswa Kelas X di SMK Karya Rini Yogyakarta*. (Skripsi, Universitas Negeri Yogtakarta), diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/62637/2/BAB%20II.pdf>
- Kemdikbud. (2022). *KBBI Daring*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Diakses pada 7, Juni 2023, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Khansa, S.D & Putri, K.Y.S. (2022). *Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca*. *Jurnal InterAct*, 10 (2).  
<https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/interact/article/view/3149/1451>
- Kompas.com. (2021). *[HOAKS] Kategori Usia Terbaru dari WHO, Pemuda Berusia 18-64 Tahun*. Diakses pada 7 Juni 2023, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/09/113500065/-hoaks-kategori-usia-terbaru-dari-who-pemuda-berusia-18-65-tahun?page=all>
- Kusuma, V.A. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Bagi Followers*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya), diakses dari [http://digilib.uinsa.ac.id/51629/2/Vini%20Anggraeni%20Kusuma\\_B0521803\\_5.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/51629/2/Vini%20Anggraeni%20Kusuma_B0521803_5.pdf)
- Lestari, R. S. (2014). *Pengaruh Kepemimpinan Partisipasi dan Komitmen Organisasi terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Strategik pada Madrasah Aliyah di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat*. (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia), diakses dari [http://repository.upi.edu/11380/6/T\\_AD\\_P\\_1202111\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/11380/6/T_AD_P_1202111_Chapter3.pdf)
- Lienanta, S. (2020). *Pengaruh Konten Media Sosial @haus.indonesia terhadap Brand Image*. (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Liputan6.com. (2022). *Menarik Atensi Anak Muda Lewat Media Alternatif Folkative*. Diakses pada 14, Juni 2023, dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5041962/menarik-atseni-anak-muda-lewat-media-alternatif-folkative>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulawarman, Dkk. (2020). *Problematika Penggunaan Internet konsep, Dampak, dan Strateegi Penanganannya*. Jakarta: Kencana
- Nainggolan, V, Dkk. (2018). *Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT Manado*. *Jurnal*

- <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/2022/21723>
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Oktaviani, W. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan, Emosi Pelanggan, dan Kemudahan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2 (1), <https://core.ac.uk/download/pdf/230760654.pdf>
- Pažėraitė, A., & Repovienė, R. (2016). *Content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: theoretical background and practical insights*. *Management of Organizations: Systematic Research*, 75, 97–109.  
<https://doi.org/10.7220/mosr.2335.875.0.2016.75.7>
- Perdana, C. R. (2012). *Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers*. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1 (1).  
<http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1247/pdf>
- Putri, A.E. (2020). *Pengaruh Konten Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers*. (Skripsi, UPN Veteran Jakarta, 2020) Diakses dari <https://repository.upnvj.ac.id/7738/2/AWAL.pdf>
- Razak, A. (1988). *Kalimat Efektif Struktur, Gaya dan Variasi*. Jakarta: Gramedia.
- Rosdiana, L. A. (2019). *Ketidakefektifan Kalimat pada Caption Instagram Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti*. *Jurnal Ilmiah Pend. Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 9 (2).  
doi: <https://doi.org/10.23969/literasi.v9i2.1149>
- Silalahi, D. S. A., Lukmana Iwa. (2021). *Representasi Identitas Generasi Milenial dalam caption Instagram Aktor Sosial General X*. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 21 (1), 16-23.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/JER/article/view/31039/14683>.
- Ružkevičius, & Guseva. (2006). *Content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: theoretical background and practical insights*. *Aušra PAŽĖRAITĖ, Rūta REPOVIENĖ*, hlm 97-109.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sutanto, B. T. (2018). *Analisa Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Loyalty dengan Event Marketing dan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening dari Radio Sonora FM*. (Skripsi, Universitas Kristen Petra Surabaya), diakses dari <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/masa/2018/jiunkpe-is-s1-2018-36414068-44084-marketing-chapter2.pdf>
- UlfaNF. (2022). *Plt. Wali Kota Pastikan untuk Kepentingan Pemenuhan Wajib Belajar 9 Tahun*. Diakses pada 18 Juni 2023, dari

<https://disdik.bekasikota.go.id/berita/detail/plt-wali-kota-pastikan-untuk-kepentingan-pemenuhan-wajib-belajar-9-tahun#:~:text=Dalam%20upaya%20menjalankan%20amanat%20UUD,program%20wajib%20belajar%209%20tahun>

We Are Social. (2022). *Digital 2022 Indonesia*. Diakses pada 26, Oktober 2022, dari [https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01\\_compressed.pdf](https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf)

Yanuar, S.P. (2016). *THEORITICAL REVIEW: TEORI PERBEDAAN GENERASI*. *Journal of Economics & Business*, 9(2). <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142/133>