

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, T. S. (2018). *Kepuasan Followers Terhadap Konten Akun Instagram @inijie*.
- Aji, A. K., & Prihatin Dwihantoro. (2024). Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram @ussfeed). *Jurnal Audiens*, 5(2), 334–348. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.374>
- Akhriani, M., Fadhilah, E., & Nila Kurniasari, F. (2016). Hubungan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Kegemukan pada Remaja di SMP Negeri 1 Bandung. *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 3(1), 29–40. [www.ijhn.ub.ac.id](http://www.ijhn.ub.ac.id)
- Bambang. (2012). *Instagram Hand Book*. In Sudarma (Ed.), <https://www.goodreads.com/en/book/show/15928657>. Mediakta.
- Bintang, R., Farrel, M., Roland, D., & Satya, A. (2022). Pengaruh Isi Konten Edukasi Kesehatan di Instagram dr.Tirta (@dr.tirta) Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Masyarakat. *JIKES : JURNAL ILMU KESEHATAN Tahun 2022*, 1(1), 87–95.
- Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives. (2019). *Laporan Tahunan CISDI 2019*.
- Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives. (2022). *Laporan Tahunan CISDI 2022*.
- Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives. (2023). *Laporan Tahunan CISDI 2023*. [www.cisdi.org](http://www.cisdi.org)
- Databoks. (2020). *Mayoritas Masyarakat Indonesia Sering Mengonsumsi Makanan dan Minuman Manis*.
- Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit. (2019). *Pedoman Manajemen Penyakit Tidak Menular*.

- Elsiver. (2022). The state of health in Indonesia's provinces, 1990–2019: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2019. *The Lancet Global Health*, 10(11). [www.thelancet.com/lancetgh](http://www.thelancet.com/lancetgh)
- Fahria, S., & Ruhana, A. (2022). Konsumsi Minuman Manis Kemasan Pada Mahasiswa Prodi Gizi Universitas Surabaya. *Jurnal Gizi Unesa*, 02, 95–99.
- Fitriana, & Kamalia, K. (2023). Efektivitas Instagram @ngajilagi.id dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mengaji pada Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 330–341. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.41>
- Furqan Alfindra, M., & Yahya, M. (2017). Motivasi Mahasiswa Bergabung dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3). [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP)
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing: step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill Companies.
- Halik, Dr. A. S. Sos., M. S. (2013). *Komunikasi Massa*.
- Haryanto, N. (2020). Kepuasan Informasi Pengikut Akun Instagram @rahasiagadis. *E-Journal Atma Jaya University*.
- Hasan, R. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak*.
- Heriani, F. (2024, January 3). *Lindungi Konsumen, Pemerintah Diminta Terapkan Cukai Minuman Berpemanis dalam Kemasan*. <https://www.hukumonline.com/berita/a/lindungi-konsumen--pemerintah-diminta-terapkan-cukai-minuman-berpemanis-dalam-kemasan-Lt6595912c9289b/>.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan : USU Press.
- Idfila, F. (2023). Pengguna Instagram @aslisemarang Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Engagement. *Repository USM*.

- Irfan Fauzi, M., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations, 1*(2), 148–155. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.500>
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*.
- Katadata.co.id. (2021). *Survei KIC Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi di Media Sosial*.
- Kementrian Kesehatan RI. (2018). *Hasil Utama RISKESDAS*.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif: disertai contoh praktis skripsi, tesis, dan disertasi riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran (kedua)*. Jakarta ;; Prenadamedia Group.
- Maharani, V., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *E-Proceeding of Management, 7*(2), 4556–4574. <https://tekno.tempo.co>
- 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>
- McQuail, D. (2017). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Mistari, N., Rahim, R., Tinggi, S., Manajemen, I., & Kota, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Stunting untuk Ibu Hamil. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, 7*(3). <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12521>
- Mochtar, S. (2023, August 2). *Minuman Berpemanis Dalam Kemasan*. <https://mediaindonesia.com/opini/601451/Minuman-Berpemanis-Dalam-Kemasan>.
- Monavia Ayu. (2023, March). *Usia Mayoritas pengguna instagram di indonesia*. Dataindonesia.Id.

- Morisan. (2021). *Teori Komunikasi : individu hingga massa*. Jakarta : Kencana.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Musthofa, A. Z. (2020). *Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat (Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)*. 15–16.
- Nafarin, M. I. (2022). Analisis Instagram sebagai Media Informasi bagi Mahasiswa Kecamatan Candi Laras Selatan. *Rama Repository*.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*. 4(1), 1–16. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-virus-corona-di-dunia-29-maret--662.073-kasus-di-200->
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*, 18–31.
- Pradita, A. (2017). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(2). <http://tekno.kompas.com/read/2015/Rem>
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 211–212.
- Puspitasari, R. C. (2018). *Kepuasan Followers terhadap Akun Instagram @ridwankamil (Studi Deskriptif pada Followers Akun Instagram @ridwankamil)"*.
- Rivaldi, M., Pinggala, S., & Mahadian, A. B. (2021). Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @tribunnews di Instagram. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6829–6841.

- Riyanto, A. D. (2023, April). *Indonesian Digital Report 2023*.  
<https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2023/>.
- Roma Doni, F. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Ijse.Bsi.Ac.Id IJSE-Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2).
- Rozan, Z. R., & Dewi, A. (2022). Penggunaan Internet sebagai Sumber Informasi pada Generasi Baby boomer berdasarkan Kemampuan Literasi Informasi. *ANUVA*, 6(1), 23–42.
- Samantha, M. L. (2016). Kepuasan Pelanggan Dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide. *Jurnal E-Komunikasi Prodi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 4(1). [www.citymagz.net](http://www.citymagz.net)
- Santika, E. F. (2023). *Kematian Akibat Penyakit Tidak Menular Paling Banyak Ditemukan di Indonesia*.
- Santosa, K. R., & Yuadi, I. (2023). Analisis Bibliometrik Pajak Minuman Berpemanis dalam Kemasan (MBDK). *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 6(1), 95–109. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geplek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01).
- Saptati, R. (2024, March 18). *Bahaya di Balik Goda Minuman Berpemanis*. Media Keuangan. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/bahaya-di-balik-goda-minuman-berpemanis>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Sari, S., Utari, D., & Sudiarti, T. (2021). Konsumsi Minuman Berpemanis Kemasan Pada Remaja. *Ilmu Gizi*, 5(1), 91–100.

- Shinta, A., Sutjipto, V. W., & Putri, M. L. (2023). Pengaruh Media Sosial Instaram @fyindnesians Terhadap Kebutuhan Informasi Kandungan Gula Pada Kopi Ready To Drink. *JULI*, 6(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cetakan ke 3). Bandung; Alfabeta.
- Syafriani, D., Darmana, A., Andi, F., & Dwy, S. (2023). *Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan*. Eureka Media Aksara.
- Yani, J. A., Mangkunegara, A., & Aditama, R. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.