

DAFTAR PUSTAKA

- Amani, N. (2024). The role of@ literarybase X account in fulfilling information literation needs (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- An, A. (1981). Mass communication theories and research. Columbus: Ohio Grid Publishing.
- Arikunto, S. (2021). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3. Bumi Aksara.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei Internet APJII*. Retrieved from <https://survei.apjii.or.id/surveihe> Influence of Using Instagram Media @Pesona.Indonesia on Fulfilling the Information Needs of Followers.
- Astriani, R., & Nanda, S. E. (2022). The Effect of Using Instagram Social Media on Followers' Information Requirements in Following Accounts@ Folkative. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 1(1), 01-09.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Budhi, K. H., & Pratiwi, A. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram@ Rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sedu. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 79-87.
- Bustomi, R. A., & Yuliana, N. (2023). Peran Aplikasi Whatsapp Dalam Dinamika Ilmu Komunikasi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(5), 31-40.
- Cahaya, A. B., & Triyono, A. (2022). Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Dan Kepuasan Terhadap Akun Instagram@ kabupatenkaranganyar Sebagai Sumber Informasi Seputar Covid-19 Pada Masyarakat Karanganyar (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Chakravart, L. Roy (1967). *Handbook of Methods of Applied Statistics*, vol. I.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.

- Dwi Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya CV.
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36-58.
- Fadis, N. T., Mahdalena, V., & Supratman. (2022). Pengaruh Konten Pesan “Sex Education” Instagram @tabu.id terhadap Kepuasan *Followers*. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Fernandes, A. A. R. (2022). *Metode Analisis Data Penelitian: Pendekatan Regresi*. Universitas Brawijaya Press.
- Fernandes, A. A. R., & Akhrani, L. A. (2022). *Rancangan Pengukuran Variabel: Angket dan Kuesioner (Pemanfaatan R)*. Universitas Brawijaya Press.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi ProgramAMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, B. M. (2023). Promosi Pariwisata Dalam Konten Instagram@ Disparekrafddki Sebagai Strategi Digital Tourism Menarik Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M. (2013). *Halliday’s Introduction to Functional Grammar (4th Edition) (4th ed.)*. Routledge.
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. doi: 10.1016/j.intmar.2018.07.003
- Hur, K., Kim, T. T., Karatepe, O. M., & Lee, G. (2017). An exploration of the factors influencing social media continuance usage and information sharing intentions among Korean travellers. *Tourism Management*, 63, 170–178.
- Joshua, H. H., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten di Akun Instagram@ netflixid dalam Meningkatkan Minat Penonton. *Prologia*, 6(1), 71-79.

- Kaja. (2019). *Komunikasi Administrasi*. Lakeisha.
- Karirspot. (n.d.). Profile page. Instagram. Retrieved May 17, 2024, from <https://www.Instagram.com/karirspot/>
- Karunia, 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.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). Metode penelitian kuantitatif. Deepublish.
- Machali, I. (2021). Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif).
- Mainanda, R. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram@ mitrahotelpku) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Monika, N., Darnah, A., & Nohe, S. (2013). Analisis chi-square dan transformasi data ordinal ke data interval menggunakan methods of successive interval (MSI). *Jurnal Eksponensial*.
- Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(2), 176-195.
- Natalia Chandra, C., & Purnama Sari, W. (2021). Pengaruh content marketing terhadap customer engagement (Studi pada akun Instagram LazadaID). 5.
- Prayoga, A. A. (2023). The Influence of Using Instagram's Social Media Account@ Neohistoria. Id In Fulfilling *Followers'* Information Needs. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 1(1), 20-30.
- Putra, J. P., Syarief, F., & Susana, S. (2022). Analisis Program Non Drama Terhadap Minat Promosi dan Minat Masyarakat Berkunjung Dalam Peran Serta Stasiun Televisi. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(4), 47-59.
- Putri, A. D., & Setiawina, D. (2013). Pengaruh umur, pendidikan, pekerjaan terhadap pendapatan rumah tangga miskin di Desa Bebandem. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(4), 173–180.
- Rahayu, D., Nugraha, Y., & Rosliani, E. (2023). Seminar Literasi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kecakapan Teknologi Dalam Membangun Masyarakat

- Digital di Desa Galihpakuwon Balubur Limbangan. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(2), 69-76.
- Rakhmat, Djalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). Pengaruh konten pemasaran Instagram@ Tumbas. origine terhadap keputusan pembelian pada tahun 2020. *Jurnal Mebis*, 6(2).
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Sari, N. P., & Rina, N. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 470-474.
- Sidik, J., & Andrini, S. (2024). The Influence of Using Instagram Media@ Pesona. Indonesia on Fulfilling the Information Needs of Followers. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 3(3), 620-634.
- Solihat, M., & Agustina, L. (2020). Using of Social Media as An Account to the Information Needs. In *The 3rd International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*.
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279-292.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suharto, S. (2016). Hubungan daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pada nasabah tabungan Supa PT. BPR Sumber Pangasean Bandar Jaya). *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*. Retrieved from <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/91>
- Sujarweni, V. Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumarni, T., & Nursanti, S. (2022). Intensitas Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Generasi Z Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, 16(10), 7617-7624.
- Tanjung, A. A., & Mulyani. (2021). *Metodologi Penelitian: Sederhana, Ringkas, Padat, dan Mudah Dipahami*. Scopindo Media Pustaka.
- Wijaya, N. (2024). *Pandangan Followers Instagram@ suaradotcom pada Content Marketing dan Brand Awareness*. Universitas Bakrie.
- Yoyo Sudaryo, S. E., MM, A., CA, A., Efi, N. A. S., R Adam Medidjati, S. E., & Hadiana, A. (2019). *Metode Penelitian Survei Online dengan Google Forms*. Penerbit Andi.