

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, & Ahmad Mustamil Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. LPSP.
- Aida, N. R., & Hardiyanto, S. (2022). *Mengenal Apa Itu Twitter dan Mengapa Orang Menggunakannya?* Kompas.Com.
- Alfuziyyana, F. (2022). *Motif dan Kepuasan Followers Mengakses Akun Instagram @PPALANWARSARANG*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Www.Apji.or.Id.
- Arafah, N., Karunia Pratama, D., Wahyudi, R., Puteri Utami, M., Prehanto, A., & Mariska Purwaamijaya, B. (2023). PERSEPSI PELAKU USAHA FASHION DI KOTA TASIKMALAYA TERHADAP PENERAPAN AFILIASI MARKETING. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 2023.
- Arifin, B. S. (2015). *Psikologi Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Azzahra, S. R., & Dewi, A. O. P. (2023). Pengalaman Informasi Pengguna Akun Autotbase Twitter @Sbmptnfess sebagai Sumber Informasi bagi Calon Mahasiswa. In *Jurnal Ilmu Perpustakaan* (Vol. 12, Issue 2).
- Batubara, N. (2023, March 24). *Rebranding Twitter Jadi X, Elon Musk Pertaruhkan Miliaran Dolar*. Tirto.Id. <https://tirto.id/rebrading-twitter-jadi-x-elon-musk-pertaruhkan-miliaran-dolar-gNMu>
- Boyd, danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Cahyani, M. R. (2023). *Motif Berlangganan E-Newsletter Catch Me Up! Sebagai Sumber Media Informasi Digital Tidak Berbayar*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Claudia, G. A. (2023). *Hubungan Motif dengan Kepuasan Mendengar Podcast Rintik Sedu (Studi pada Pendengar Channel Podcast Rintik Sedu pada Platform Spotify)*.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed* (3rd ed.). Pustaka Belajar.
- Ghufron, M. N. and S. R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
<http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/584>
- Hariningrum, A. (2022). *Pengaruh Terpaan Akun Twitter @Ohmybeautybank Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kosmetik Dan Kecantikan (Survei Pada Followers @Ohmybeautybank)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta].
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/106403>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hermawan, A. N., Rizal, E., & Anwar, R. K. (2023). Motif generasi z menggunakan akun twitter @ohmybeautybank sebagai media informasi kecantikan. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1).
- Howe, S. (2024, April). *Social Media Statistics for Indonesia [Updated 2024]*. Meltwater. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jcs.v3i7.770>
- Iskandar, D., & Jacky, M. (2015). Studi fenomenologi motif anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya*, 3(1).

- Juliana, A., Hafhah, H. N., Azzahra, R. A., & Rakhmawati, N. A. (2023). *ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING SHOPEE AFFILIATE TERHADAP MINAT PEMBELI WARGA TWITTER*.
<https://www.researchgate.net/publication/381829925>
- Kriyantono, R. (2006). Kriyantono, Rachmat. 2006 Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Pranada Media Group. In *Teknik Praktis Riset Komunikasi by Rachmat Kriyantono*.
- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter@EXOind). *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 19(2).
- Littlejohn, Stephen. W., & Foss, Karen. A. (2011). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Nafisah, S., Prijana, & Saeful, A. (2023). Hubungan Pencarian Informasi Lee Jen0 pada Akun Twitter @LeeJeno_IDN dengan Kebutuhan Informasi *Followers*. *Tibannbaru : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 7(1), 67.
<https://doi.org/10.30742/tb.v7i1.2672>
- Nasrullah. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurulita, S. (2012). Pengaruh Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Masyarakat dan Lingkungan. *Humaniora*, 11(1).
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication VIII, Nomor, 1*, 51.

- Putri, K. D., & Irwansyah. (2018). Optimalisasi Microblogging Twitter Sebagai Alat Kehumasan Dalam Perusahaan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 22(1). <https://doi.org/10.33299/jpkop.22.1.1436>
- Putriningtias, A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Twiter Autobase @collegemention confession Sebagai Media Informasi Perkuliahan Pada Followers*. Universitas Nasional.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rifqina, G. (2023). *Autobase Twitter: Cuma Ada di Indonesia!* SangSang Univ.
- Rossi, F., Fitri, A., Rosmalasari, T. D., Setiawan, R., & Pratama, R. (2021). Pelatihan Pembuatan Dan Pengeditan Web-Blog Bagi Para Guru Dan Staff Mathla'ul Anwar, Bandar Lampung. *Journal Of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, 2.
- Salsabila, D., Yudhaprarnesti, P., & Nusantara Bakry, G. (2023). Motif Khalayak Dalam Mengakses Konten Berita Di Instagram Reels @narasinewsroom. *JurnalKomunikasi Global*, 12(1).
- Sarwono, S. W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. PT Raja Grafindo Pers.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *E-Journal BSI*.
- Solis, B. (2010). *Engange! The Compelete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sosiawan, E. A. (2020). *Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa*. www.december.com/cmc/mag//jan/ferris/html

Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57(4).
<https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common* |, 5.
<https://doi.org/10.34010/common>

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi*. CV. Andi.

West, R., & Turner, L. H. (2017). Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Yakti, G. K. (2023). *Hubungan Antara penggunaan Akun Media Sosial X @collegemention confession dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.