

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ahmadi, D., & Adzhani, A. V. (2019). The Use Instagram With Visiting Interest: The Correlation Between The Use @Littlecollins.Bdg Instagram With Visiting Interest. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1375(1), 012055. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1375/1/012055>
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millenial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality And Behaviour*. Mcgraw-Hill Education (Uk).
- Amelia Tri Andini, & Yahfizham. (2023). Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika*, 2(1), 286–296. <https://doi.org/10.61132/Arjuna.V2i1.526>
- Ananda, M. R. (2021). Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 7(1), 578. <https://doi.org/10.52434/Jk.V7i1.1019>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Pt. Rineka Cipta.
- Arshinta Eka, P. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers . *Jurnal Ikon*, 25(2), 129–141.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2019). *Applying Communication Theory For Professional Life : A Practical Introduction* (4th Ed.). Sage.
- Effendy, J. A., & Keitaro, K. (2022). The Effect Of Instagram Content Towards Intention To Visit Ucbmrc With Online Engagement As Mediating Variable. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 5(3). <https://doi.org/10.29040/Ijebar.V5i3.3021>

- Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130. <https://doi.org/10.14421/Jd.22.1.21.4>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/Ji.V15i1.2204>
- Fifa: Sepak Bola Indonesia Mengalami Kemajuan . (2024, April 8). Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20240408201401-142-1084485/Fifa-Sepak-Bola-Indonesia-Mengalami-Kemajuan>
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242.
- Hidayat, D., Tjandra, E. U., & Herawati, N. (2023). Gen Z Digital Leadership Through Social Media. *Widyakala Journal : Journal Of Pembangunan Jaya University*, 10(2), 62. <https://doi.org/10.36262/Widyakala.V10i2.779>
- Humaizi. (2018). *Uses And Gratifications Theory*. Usu Press.
- Hutama, D. J., & Anne Ratnasari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Followers Berkunjung Ke Cafe Artikel Ilmiah. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/Bscm.V3i1.6651>
- Joshua, H. H., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten Di Akun Instagram @Netflixd Dalam Meningkatkan Minat Penonton. *Prologia*, 6(1), 71. <https://doi.org/10.24912/Pr.V6i1.10290>
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian Dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/Jptk.V6i2.98>
- Kurnia Erza, E. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84. <https://doi.org/10.37108/Shaut.V12i1.303>
- Luthfir Arqam, & Medo Maulianza. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 960–971. <https://doi.org/10.29313/Bscm.V3i3.9611>

- 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>
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *Alacrity : Journal Of Education*, 20–29. <https://doi.org/10.52121/Alacrity.V1i2.23>
- Maulana, F., Trihatmojo, A., & Pratama, R. R. (2021). Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Pada Fans Klub Sepakbola Liverpool (Big Reds) Jakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 12(1), 57–66.
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th Ed.). Salemba Humanika.
- Mohamad Rifky Rachmadillah, & Oktaviana Purnamasari. (2024). Pengaruh Konten Instagram Mills Terhadap Minat Beli. *Terang : Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 1(2), 69–82. <https://doi.org/10.62383/Terang.V1i2.203>
- Muhibbin, S. (2005). *Psikologi Belajar*. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, R., Sani, E. P., Nicholas, N., & Tamara, T. (2023). Pengaruh Fitur-Fitur Instagram Terhadap Pemasaran Supp.Id Pada Platform Social Media Instagram. *Journal Of Social Science And Digital Marketing*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.47927/Jssdm.V3i1.507>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan- Instagram (1st Ed.)*. Deepublish.
- Putra Perssela, R., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Jimakukerta)*. <https://doi.org/10.36085/Jimakukerta.V2i3.4525>
- Rachma Wijayanti, D. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Science Techno Direct.
- Rizky, M. M., Rizky, M. M., & Sari, T. N. (2020). The Influence Of Instagram Social Media Against Traveling Interest. *Proceedings Of The Icecrs*, 8. <https://doi.org/10.21070/Icecrs2020479>
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/Jpsk.V3i01.1953>
- Satriya Prana Arazqi, & Mochammad Rochim. (2022). Pengaruh Konten Instagram @Thegreatasiaafrica.Id Terhadap Minat Berkunjung Pengikutnya. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/Bcscm.V2i1.1540>

- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi, Vi*(1), 10–11.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto). Alfabeta.
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal, 2*(1), 29. <https://doi.org/10.15578/Aj.V2i1.9392>
- Susanty Purnamasari, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Motor Honda Pada Pt. Tunas Motor Pratama Di Bandar Lampung. *Jurnal Perspective Business, 4*(2). <https://doi.org/10.37090/Jpb.V4i2.392>
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). Persuasi Fitur Instagram : Stay On Screen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi, 7*(1), 107. <https://doi.org/10.52423/Jikuho.V7i1.22539>
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information Technology And Gen Z: The Role Of Teachers, The Internet, And Technology In The Education Of Young People. *Technology In Society, 65*, 101565. <https://doi.org/10.1016/J.Techsoc.2021.101565>
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @Akutahu Terhadap Minat Baca Generasi Milenial. *Koneksi, 6*(2), 295–304. <https://doi.org/10.24912/Kn.V6i2.15677>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis Dan Aplikasi* (Edisi 5 Buku 2). Salemba Humanika.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7*(1). <https://doi.org/10.18592/Tarbiyah.V7i1.2100>
- Yuwono, Susatyo, & Partini. (2008). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha. . *Jurnal Penelitian Humaniora, 9*(2).