

DAFTAR PUSTAKA

- Abellia, V. P., & Amalia, D. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Netflix Melalui Konten Klip Film pada Akun @netflixid dalam Meningkatkan Daya Tarik Audiens untuk Menonton. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 202–206. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6590>
- Adriyansyah, A., Awianatasya, M., Azzahraa, S., & Hidayat, P. (2025). Penggunaan Media Sosial Oleh Gen Z Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Terkait Rekomendasi Tempat Kuliner. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 131. <https://doi.org/10.17977/um008v9i12025p133-145>
- Agmawati, A. F. (2025). *Pengaruh Komunikasi Efektif Public Relations Terhadap Minat Menonton Konten Youtube Rukun Indonesia*. http://etd.perpustakaan-ibik57.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2011&keywords=
- Akbar, I., Suyanto, S., Ismandianto, I., & Awza, R. (2022). Pengaruh Tayangan Konten Review Film pada Channel Youtube Cine Crib Terhadap Keputusan Menonton Subscribers. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 144–149. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1.880>
- Alfirahmi, A. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.410>
- 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), 578–581. <https://doi.org/10.52434/jk.v7i1.1019>
- Andini, P. (2023). Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 18–18.
- Azhar, M., Akhtar, M. J., Rahman, M. N., & Khan, F. A. (2025). Measuring buying intention of generation Z on social networking sites: an application of social commerce adoption model. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 41(3), 979–1001. <https://doi.org/10.1108/JEAS-02-2022-0047>

- Budhi, K. H., & Pratiwi, A. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram@ Rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sedu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(01), 54–59.
- Djamaly, M. F. (2023). The Role Of Social Media In Generation Z Decision-Making Process To Watch FILMS In Cinemas. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1201–1207. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/1847>
- Fahrozi, W., Indriani, U., Syahputri, N., & Gunawan Hts, D. I. (2023). Pelatihan Pembuatan Kuesioner dan Soal Menggunakan Google Form Pada SMA Islam Terpadu Unggul Al Munadi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(05), 181–185. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i05.822>
- Farhan, M. (2022). Penggunaan Podcast Sebagai Media Pembelajaran Sastra Indonesia. *ESTETIKA: JURNAL PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA*, 3(2), 64–71. <https://doi.org/10.36379/estetika.v3i2.201>
- Fauzi, R. D., Anggraini, K., & Sewaka, S. (2025). Penggunaan Podcast sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Studi Kasus Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Pamulang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 465–472. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1072>
- Fera Anggraini, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 62–73. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(3), 1812–1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>

- Ho, C.-I., Liu, Y., & Chen, M.-C. (2022). Factors Influencing Watching and Purchase Intentions on Live Streaming Platforms: From a 7Ps Marketing Mix Perspective. *Information*, 13(5), 239. <https://doi.org/10.3390/info13050239>
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Karunia H, 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. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Karunianingsih, D. A. (2023). Podcast Video dan Strategi Pemilihan Konten dalam Times Indonesia Podcast pada Times TV Jogja. *Jurnal Pekommas*, 8(1), 77–86. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v8i1.4996>
- Kasatriyanto, B., & Ardy Wibowo, A. (2021). Borobudur Dalam Media Digital: Merancang Podcast Youtube Untuk Komunikasi Arkeologi Publik. *Jurnal Konservasi Cagar Budaya*, 15(1), 51–68. <https://doi.org/10.33374/jurnalkonservasicagarbudaya.v15i1.250>
- Khairunnisa, M., Putri, K., & Safitri, D. (2024). The Effect of Exposure to Social Media Instagram @Narasinewsroom Regarding Online Fraud on Students' Vigilant Attitude. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 9(1), 92. <https://doi.org/10.20527/mc.v1i1.16761>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Libriyanti, N. S., Putri, K. Y. S., & Sary, M. P. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia 12th X BTS Terhadap Minat Beli Ibu Rumah Tangga di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 26–37. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.13280>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Maulidah, R., Wahab, & Kurniawan, S. (2025). Pengembangan Pembelajaran PAI Bagi Digital Natives: Merancang Indikator Pembelajaran untuk Generasi-Z. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(1), 192–201. <https://doi.org/10.31004/irje.v5i1.1928>

- McQuail, Denis., & Deuze, Mark. (2020). *McQuail's media & mass communication theory* (M. Ainsley, Ed.; 7th ed.). SAGE.
- Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya. *BARIK*, 3(1), 69–81.
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 293–307. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1572>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- 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>
- Ningsih, P. W., Dewi, A. C., Apriani, E., Permana, I., & Latif, A. (2025). Tren Video Pendek dalam Video Marketing: Partisipasi Pengguna Media Sosial Instagram Gen Z. *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY*, 5(2), 21–31. <https://doi.org/10.36490/jes.v5i2.1455>
- Nurhaswinda, N., Egistin, D. P., Rauza, M. Y., Rahma, R., Ramadhan, R. H., Ramadani, S., & Wahyuni, W. (2025). Analisis regresi linier sederhana dan penerapannya. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 69–78. <https://jurnal.cahayapublikasi.com/index.php/jcn/article/view/29>
- Prabowo, A., & Wisnalmawati, W. (2024). Pengaruh Kualitas Film, Daya Tarik, Celebrity Endorsement, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menonton di Bioskop Yogyakarta. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 5(2), 120–133. <https://doi.org/10.24853/jmmb.5.2.120-133>
- Putra Avero, R., & Manshur Ali Suyanto, A. (2021). *Pengaruh Media Sosial Instagram @jarambah_bandung terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Kota Bandung*.

- Putri, R., & Sulistyanto, A. (2022). Analisis Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @BUIRAMIRA. *Verba Vitae: Jurnal Ilmu Komunikasi*, (1).
- Rajabiyantor, A., Bagus Nyoman Udayana, I., & Diansepti Maharani, B. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menonton Film di Bioskop (Studi pada Penonton Bioskop Yogyakarta). *JURNAL CAFETARIA*, 3(2), 21–28. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v3i2.612>
- Salsa Fadia Hayya, A., & Widyasari, R. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Audio Berbasis Podcast Dengan Model ADDIE Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Materi Dongeng Untuk Siswa Kelas III SD. *EduStream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(2), 160–165. <https://doi.org/10.26740/eds.v5n2.p160-165>
- 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>
- Sendjaja, S. D. (2018). *Teori Komunikasi* (3rd ed.).
- Setiawan, F. A., & Apriliani, R. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Instagram @satupersenofficial terhadap Minat Mengikuti Program Satu Porsen bagi Followers. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 5(2), 263–278. <https://doi.org/10.25008/caraka.v5i2.189>
- Shofiyah Ariefah, Iffah., Ratri Rahmija, Lintang., & Surayya Ulfa, Nurist. (2023). Daya Tarik Penggunaan Meme dan Daya Tarik Konten Informatif Pada Instagram Netflix Indonesia (@Netflixid) Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Video On Demand Netflix. *Interaksi Online*, 11(1), 216–223. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/37158>
- Siahaan, C., Salomo, S., & Adrian, D. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2843–2848. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.774>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Teoretik dan Praktik* (1st ed.). Rajawali Pers.

- Sofana Jannah, A., Arifin, A., Fadhilah, F. A., & Maulana, R. (2024). Peran Media Sosial Youtube Serta Tantangan Dalam Mewujudkan Toleransi dan Perdamaian. *Pahlawan Jurnal Pendidikan-Sosial-Budaya*, 20(2), 288–294. <https://doi.org/10.57216/pah.v20i2.829>
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–302. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2621>
- Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi R&D)*. 5.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Prof. Dr. Sunarto, M.Si.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 5(3), 110–116.
- Susilowati, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(02), 49–56. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i02.224>
- Suvattanadilok, M. (2021). Social media activities impact on the decision of watching films in cinema. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1920558>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Valiant, V. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Konten Youtube Nex Carlos Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Gofood. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(1), 22–31. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.3678>
- Widodo, U. (2021). Uji Signifikansi Pengaruh Kreativitas Belajar pada Keterampilan Membaca Siswa. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran (KIBASP)*, 5(1), 95–106. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v5i1.2970>
- Yeremia, M., Dharta, F. Y., & Ramdhani, M. (2024). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Menonton: Studi Kasus Film “Mencuri Raden Saleh.” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu*

Komunikasi Dan Media Sosial, 4(2), 541–546.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1853>

Yulianti, M. G. N., Abidin, Z., & Kusumaningrum, R. (2025). Terpaan Konten Instagram Terhadap Minat Menonton Konser Musik Pesta Pora Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora. *Network Media*, 8(2), 333–338.
<https://doi.org/10.46576/jnm.v8i2.5431>

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>