

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Akbar, M. R., & Supriadi, Yadi. (2021). Hubungan Media Massa Online dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i1.171>
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path.
- Arifin, F. N., & Aprianti, A. (2015). Efektivitas akun instagram @filmnasional dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Febiola, Fransisca, & Zuhri, S. (2021). Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 21–38.
- Guha, B. 2004. *Documentation and Information*. New Delhi: World Press
- Habibah, A. F. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2009.09.003>
- Kasirye, F. (2021). The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory. *Advance*, June.
- Kemp. Simon. (2023, February 9). *DIGITAL 2023: INDONESIA*.
- Laili, A., Rahmawati, G. D., Dzalila, L. (2021). Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. 10(2), 100. www.publikasi.unitri.ac.id
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2015). *Teori Komunikasi* (Y. Nurnadia & R. Oktafiani, Eds.; 9th ed.). Penerbit Salemba Humanika.
- Mahendra, I. T. (2017). Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan.
- Novarisa, G., & Lestari, F. A. (2021). Digitalisasi Humas Perguruan Tinggi Menghadapi Era New Normal (Studi Kasus Humas UIN Imam Bonjol Padang). *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 148-157.
- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95–101.

- Nurudin. (2019). Pengantar Komunikasi Massa. PT Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi (T. Sujarman, Ed.; Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta Bandung.
- Togaranta, R., Ni, G., Ras, M., Kadek, A. G., & Apriani, D. (2021). Presented on The 4th LSPR International Communication and Business Conference.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4). <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wicaksana, D. agung. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(02). <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.60>
- Zulkarnain, I. (2021). Media Konvensional Vs New Media: Studi Komparatif Surat Kabar Dan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(2).