

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal Vol. 2 No. 1* , 55-72.
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). PERAN BIMBINGAN DAN KONSELING UNTUK MENGHADAPI GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING PERKEMBANGAN. *Jurnal Konseling GUSJIGANG Vol. 3 No. 1*.
- Eddyono, A. S. (2019). Siasat Kompasianadan Indonesiandalam Memanfaatkan RaksasaMedia Sosial Demi Traffic. *Jurnal Komunikasi Vol 14, No 1*, 75-92.
- Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2018). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 22-45.
- Lelono, A. R., & Duling, J. R. (2018). HUBUNGAN ANTARA MINAT BELAJAR DENGAN PRESTASI BELAJAR SISWA SMK KARSA MULYA PALANGKA RAYA TAHUN AJARAN 2016/2017. *Parentas*.
- Listya, N., & Wideasanty, G. (2021). PENGARUH TAYANGAN JURNALRISA EPISODE JURNAL DANUR SUNYARURI DI YOUTUBE TERHADAP MINAT MENONTON. *Prosiding Jurnalistik*, 533.
- Newman , N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute.
- Valiant, V., & Gassing, S. S. (2023). PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEY PADA FOLLOWERS @KOMPASTV). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I) Vol. XXVIII No.3 Desember 2023*.
- Alqatras, M. D., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Metrotv Terhadap Kebutuhan Informasi Followers . *e-Proceeding of Management : Vol.10, No.6 Desember 2023*, 4497.
- Aly, N. R., & Shabana, A. (2023). Pengaruh TerpaanProgram Champions League Tahun 2022 Terhadap Motif MenontonPenggemar Real Madrid(Survei Pada Pengikut Akun Instagram @pmid_tangsel). *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 158-168.
- Astriani, R., & Puspita, R. (2023). PENGARUH TERPAAN AKUN @MOTOMOBITY TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS DALAM MEMPEROLEH INFORMASI OTOMOTIF. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 05-12.
- Cheng, M.-H., Wu, Y.-C., & Chen, M.-C. (2016). Television Meets Facebook: The Correlation between TV Ratings and Social Media. *American Journal of Industrial and Business Management*, 282-290.

- Comer, D. E. (2018). *The Internet Book : Everything You Need to Know about Computer Networking and How The Internet Works*. New York: Chapmanand Hall/CRC.
- Databoks.katadata.co.id. (2024, Maret 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social,9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional.>
- DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*. (2024, Januari 31). Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Dimeila, S., & Rusdy, F. (2019). Pengaruh Selebriti Endorser Instagram Terhadap Minat Beli Followers. *Prologia*.
- Dwiyono, P. (2018). Presentasi Maskulinitas dalam Media Sosial (Analisis Semiotika pada Akun Instagram @dailymanly). *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah., 7*.
- Ghozali, I. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifiandaru, S. A., & Pramonojati, T. A. (2021). PENGARUH KONTEN MEDIA PODCAST DI SPOTIFY TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN DI KALANGAN REMAJA KOTA BANDUNG. *e-Proceeding of Management, 7107*.
- Hasil Survei Internet APJII 2024*. (2024, Juni 12). Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://survei.apjii.or.id/survei>
- Hurlock, E. (1993). *Psikologi Perkembangan Anak Jilid 2 Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Khansa, S. D., & Putri, K. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct, 10 (2), 24-34*.
- Khatib , F. (2016). The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region . *International Journal of Business and Social Science Vol. 7, No. 4; April 2016, 42*.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mardiastika, E. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunikasi dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton (Studi kasus pada Penonton Bioskop Entertainment Plaza Semarang Mahasiswa UNDIP Semarang*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro Semarang (Tidak Diterbitkan).
- Media. (2024, Maret 27). Retrieved from KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media>

- Menonton. (2024, April 29). Retrieved from KBBI Daring:
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menonton>
- Minat. (2024, April 29). Retrieved from KBBI Daring:
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarief, M. A., Saputra, M. R., Mulyani, U., . . . & S, F. P. (2020). *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk administrasi Publik, dan Masalah-Masalah Sosial*. . Yogyakarta: Gaya Media.
- Rahmadillah, A., Widodo, A., & Puspita, R. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP KETERAMPILAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI KALANGAN REMAJA KECAMATAN TAMBUN UTARA BEKASI JAWA BARAT. *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 25.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sosial. (2024, Maret 27). Retrieved from KBBI Daring:
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sosial>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A. (2018). Penggunaan media massa dan media sosial di kalangan mahasiswa komunikasi. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 2.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ Press.
- Tsaniyyata, N. K. (2014). *Pengaruh Minat Menonton Film Drama Korea Terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang: Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 1(1), 342-351.
- Zikmund, W. (1997). *Business Research Methods (5th ed)* . Orlando: The Dryden Press.

Zulkarnain, I. (2021). MEDIA KONVENSIONAL VS NEW MEDIA: STUDI KOMPARATIF SURAT KABAR DAN MEDIA ONLINE DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 53.