

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, N. (2018). *Minat kunjungan wisatawan: Konsep, teori, dan aplikasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram sebagai media marketing: Potret penggunaan Instagram sebagai media pemasaran online pada industri UKM*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratification research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Delviyana, K. (2021). Pengaruh terpaan media sosial Instagram @netflixid terhadap minat untuk menonton film di Netflix (Studi pada *followers* Instagram @netflixid) [Skripsi, Universitas Lampung]. *Repository Universitas Lampung*. <http://repository.unila.ac.id>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen* (Ed. ke-5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Flew, T. (2013). *New media: Sebuah pengantar* (A. Syaifuddin, Ed.). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Furqon, M. (2024). *Minat belajar*. Klaten: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Gamble, M. W., & Gamble, T. K. (2013). *Communication works* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran* (Edisi 1, Cetakan ke-8). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kusuma, I. (2022). Menumbuhkan minat belajar siswa dalam pembelajaran. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 3(4), 1–6.
- Luik, J. (2020). *Media baru: Sebuah pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Makhin, A. (2016). *Pengaruh akun Instagram Javafoodie terhadap minat beli konsumen (Analisis regresi sederhana pada pengunjung Studio Kopi di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Maulana, A. Z., & Triyono, A. (2025). Pengaruh terpaan media sosial YouTube Radio Tempur terhadap minat menonton *mixed martial arts* di Mola TV (Survei terhadap *subscribers* Radio Tempur). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Maulidhika, Z. A., & Kurniawan, D. (2025). Pengaruh program tayangan sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di stasiun televisi Indosiar terhadap minat menonton televisi bagi remaja: Survei pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ angkatan 2020 dan 2021. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1583>
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyanti, D., & Al Assad, M. (2024). The effect of social media content exposure on health literacy of followers @Halodoc. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(3), 792–802.
- Nadhrach, A. H. (2023). *Pengaruh media sosial Instagram @set.dprd.jabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Analisis regresi pengaruh media sosial Instagram @set.dprd.jabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers)*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Depok: Kencana.
- Rahayu Safitri, M. (2025). Pengaruh terpaan media sosial Twitter (X) akun @kdrama_menfess terhadap keputusan menonton drama Korea pada *followers* [Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau]. *Repository UIN Suska Riau*. <https://repository.uin-suska.ac.id>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current*

- perspectives on gratification research* (pp. 269–286). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh terpaan media Instagram @pekanbarukuliner terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed.). New York: Longman.
- Siegel, S. (1997). *Statistik nonparametrik untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi statistika dalam penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudiono, Y. T. (2024). Pengaruh terpaan konten akun Instagram @merahmeriah.sportainment terhadap persepsi pengikut mengenai konten friendly badminton match [Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. *Repository UAJY*. <https://repository.uajy.ac.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(1), 69–75.